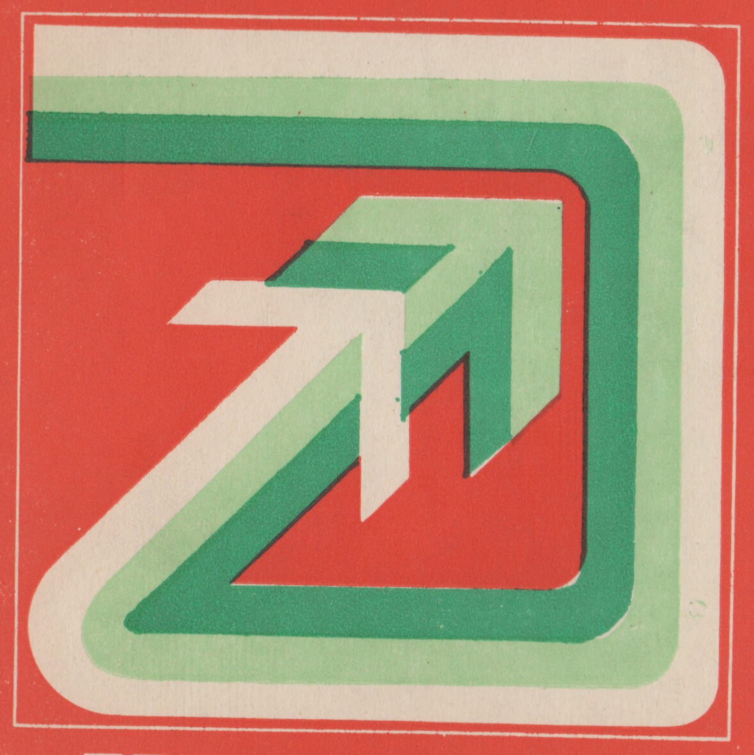
65.05
Р82

ЭКОНОМИКА
ПОДПИСНАЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНАЯ СЕРИЯ
1991/7

Ю. Б. Рубин

БИЗНЕС И ЭКОНОМИКА



ЗНАНИЕ
НОВОЕ В ЖИЗНИ, НАУКЕ, ТЕХНИКЕ

НОВОЕ В ЖИЗНИ, НАУКЕ, ТЕХНИКЕ

ПОДПИСНАЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНАЯ СЕРИЯ

ЭКОНОМИКА

7/1991

Издается ежемесячно с 1961 г

Ю. Б. Рубин

БИЗНЕС И ЭКОНОМИКА



МОСКВА ИЗДАТЕЛЬСТВО «ЗНАНИЕ» 1991

ББК 65.050.9(2)
Р 82

Автор: РУБИН Юрий Борисович — кандидат экономических наук.

Редактор. *ГЕРАСИМОВА Г. С.*

СОДЕРЖАНИЕ

Рубин Ю. Б.

Р 82 Бизнес и экономика. — М.. Знание, 1991. — 64 с. — (Новое в жизни, науке, технике. Сер. «Экономика»; № 7).
ISBN 5-07-002017-X
25 к.

Формы предпринимательской активности, добросовестные и недобросовестные методы конкуренции, легальные и нелегальные разновидности бизнеса, маркетинг и занятость в рыночной экономике, арбитражные функции государства и методы поддержания им деловой активности предпринимателей — основные вопросы, освещаемые в данной работе.

Брошюра рассчитана на лекторов, преподавателей вузов и техникумов, инженерно-технических работников.

0605010300 ББК 65.050.9(2)

ISBN 5-07-002017-X

© Рубин Ю. Б., 1991 г.

ВВЕДЕНИЕ

Более шести десятилетий назад в очерке «Мое открытие Америки» Владимир Маяковский писал:

> «Бог — доллар, доллар — отец, доллар — дух святой... При встрече американец не скажет вам безразличное: Доброе утро. Он сочувственно крикнет: Мек моней? (Делаешь деньги?) — и пойдет дальше.
>
> Путь, каким вы добыли ваши миллионы, безразличен в Америке. Все — «бизнес», дело — все, что растит доллар. Получил проценты с разошедшейся поэмы — бизнес, обокрал, не поймали — тоже.
>
> К бизнесу приучают с детских лет. Богатые родители радуются, когда их десятилетний сын, забросив книжки, приволакивает домой первый доллар, вырученный от продажи газет.
>
> Он будет настоящим американцем».

Учитывая темпы и характер американизации советской экономики, можно смело предположить, что, доживи «лучший и талантливейший поэт нашей эпохи» до шестого года перестройки, он не без удивления обнаружил бы зримые следы того же самого бизнеса, что «растит» доллар, и в современной советской действительности.

Имеются почти все внешние атрибуты деловой жизни: создаются частные и получастные фирмы, функционируют товарные и фондовые биржи, заключаются лицензионные и бартерные сделки, возникают разнообразные посреднические и рекламно-информационные службы, коммерческие банки. В киосках «Союзпечати» идет бойкая торговля новыми изданиями, названия ко-

торых говорят сами за себя — «Коммерсант», «Деловой мир», «Деловые люди», «Рынок», «Менеджер» и т. д.

Правда, доллары, равно как и иные разновидности свободно конвертируемой валюты, «растят» пока не все, и далеко не всё. Не является конвертируемым наш рубль, скромны и успехи советских бизнесменов, даже тех, кто нашел себе применение в самой прибыльной на первый взгляд сфере приложения капиталов — в совместных предприятиях.

Увы, при более детальном рассмотрении существа вопроса несложно обнаружить, что пока из двуединой формулы бизнеса, отмеченной Маяковским («гонорар от поэмы», «обокрал, не поймали»), по-настоящему активно задействована в нашей экономике лишь вторая часть. Воплощение же первой части формулы — гонорар за честный бизнес (равно как и он сам) — неопределенно и трудноуловимо.

Народная молва прочно соединяет образ современного советского бизнесмена с давно известными и многократно изруганными типами жулика, спекулянта и стяжателя. «Деловой след» хоть и является зримым, но выступает в нашей жизни пока что именно следом, отпечатком далеких от нас экономических отношений и хозяйственных систем.

«ЧЕРНЫЙ» БИЗНЕС

Отвержение бизнеса на уровне бытового сознания многих миллионов наших соотечественников обусловлено не только реалиями нынешнего состояния деловых отношений, т. е. спекуляцией, обманом потребителей, рэкетом или разнообразными экономическими инициативами советских мафиози. Такое отношение к бизнесу во многом отражает и воспроизводит идейные, политические, нравственные и даже эстетические установки, десятилетиями низводившие бизнес до уровня непристойного занятия, заслуживающего всяческого порицания.

«Не в деньгах счастье» — учили нас многочисленные идеологические руководители, забывая всякий раз добавить, что при наличии товарно-денежных отношений добиться счастья без денег столь же проблематич-

но, как и улететь на Луну без космического корабля. Если в стране вполне легально используются деньги, то, значит, люди благополучно осуществляют свой бизнес, ибо бизнес — это любая деятельность, приносящая доход.

Каким же делом может заниматься человек в обществе, где существуют товарно-денежные отношения и рыночные формы экономических связей?

Очевидно, таким делом, которое сулит ему доход, если он, конечно, не убежденный филантроп.

Однако любой деловой человек прекрасно понимает, что получать доход он может, либо оказывая своим клиентам нужные им услуги, либо выполняя для них полезные работы, либо, наконец, продавая им полезный товар. Другими словами, изначально бизнес в товарно-денежном хозяйстве — это труд, без которого, как известно, не вытащишь и рыбку из пруда, т. е. не получишь доход.

Делая бизнес, приносящий доход, деловой человек понимает, что осуществляет действия, полезные для других членов общества, причем свидетельством этой пользы и выступают деньги в их наличном либо безналичном выражении. Конечно, нехорошо, когда «бог — доллар, доллар — отец, доллар — дух святой». Это такая же крайность, весьма, впрочем, распространенная, как и «обокрал — не поймали». Ведь кража является «у них» уголовно наказуемым деянием, да и имидж вора отличается от образа честного предпринимателя.

Существовал ли у нас бизнес в прошлом?

Несомненно, хотя официально частнопредпринимательская деятельность, за исключением разве что «бизнеса» в личных подсобных и кустарных хозяйствах, была запрещена.

Значит ли это, однако, что никто у нас не занимался запрещенными валютными операциями, посредничеством и спекуляцией? Отнюдь.

Всеми этими, а также другими деяниями, по существу, занимались многие трудоспособные советские граждане. Чтобы понять, как они это делали, порой, заметим, даже не подозревая о том, что занимаются бизнесом, надо хотя бы кратко охарактеризовать такое явление, которое принято у нас именовать «черным» бизнесом или теневой экономикой.

Теневой экономика может стать в том случае, если

она использует действия и производственно-коммерческие инициативы, запрещенные законом. Во всех странах, в том числе и тех, где властвует рыночная экономика, существуют различные ограничения на такого рода действия и инициативы. В США, к примеру, запрещено торговать наркотиками, но разрешено в Голландии. Во Франции нельзя законным путем заниматься проституцией, но в той же Голландии это разрешено.

Главная особенность «черного» бизнеса в Советском Союзе состояла в его почти всеобщем распространении, ибо под запретом оказывалась, по существу, всякая частнопредпринимательская инициатива. Любая частная инициатива, будь то рационализаторское предложение или идея об улучшении организации производства, могла получить путевку в жизнь, лишь будучи опосредованной планом или же иной руководящей директивой.

Однако в условиях товарного хозяйства бизнес зиждется прежде всего именно на частной инициативе. Товарно-денежные отношения — это отношения между взаимно конкурирующими фирмами. Конкуренция же возможна лишь при полном раскрепощении частной инициативы, которая и становится основой бизнеса.

В нашей стране частная инициатива проявлялась главным образом в двух направлениях.

Первое направление — это действия на занижение плановых заданий при составлении отраслевых и иных проектировок планов, а также на навязывание потребителям невыгодных условий договоров и завышенных цен. Назовем это предплановым бизнесом.

Второе направление — это действия, осуществляемые после принятия плана (корректировки плановых заданий в сторону их снижения, невыполнение договорных обязательств, навязывание потребителям «принудительного ассортимента», приписки, нелегальный обмен дефицитными изделиями). Эти действия назовем послеплановым бизнесом.

То, что бизнес был весьма жестко привязан к плановой деятельности, не должно удивлять читателя. В условиях, когда план не мог и никогда не смог бы учесть все без исключения оптимальные параметры производства и реализации продукции, но в то же самое время претендовал на роль некоего творца истории, бизнес проявлялся прежде всего как антиплановая деятельность

Товаропроизводители делали свой бизнес не только на базе плана, но и вопреки ему, они строили свой расчет на несовершенстве, нелепости плана, а порой и на его абсурдности, если, к примеру, план предписывал оценивать результаты производства исключительно по валовым стоимостным объемам.

По оценкам экспертов (например, профессора Т. И. Корягиной), в 1990 г. объем «теневого» бизнеса был равен примерно 100 млрд. руб., причем по сравнению с началом 60-х годов этот показатель увеличился в 18 раз.

Среди отраслей народного хозяйства по объему «теневого» бизнеса лидирует сельское хозяйство (23 млрд. руб. в год). На втором месте — торговля и общественное питание (17 млрд. руб.), на третьем и четвертом — строительство и промышленность (соответственно 12 и 10 млрд. руб.).

Особенностью «теневого» бизнеса в прошлом, да и в настоящем является его многоликость — он может осуществляться на формально нелегальных, полулегальных и даже вполне легальных основаниях. Явно незаконными выступают приписки, хищения, взяточничество, воровство.

Получение же фактически незаработанной зарплаты (так сказать, зарплатно-премиальный бизнес) нельзя назвать незаконной операцией, ибо в том случае, когда величина фонда зарплаты планируется сверху в виде норматива к валовому объему производства и реализации продукции, сам вал вполне может стать результатом приписок, но полученная благодаря этим действиям зарплата «выглядит» уже вполне законно.

По оценке специалистов (данные экономистов К. Г. Синилова и С. Д. Головнина), зарплатно-премиальный бизнес «приносит» трудящимся ежегодно до 15 млрд. руб. доходов, не обоснованных и не обеспеченных продукцией.

Важно подчеркнуть: «черный» бизнес был наиболее распространен в 60—80-е годы не в сфере деятельности вольных охотников за наживой, т. е. дельцов, открыто противопоставлявших себя закону, а на базе государственной (точнее, огосударствленной) экономики. Именно здесь «создавалось» около 70% всех нетрудовых доходов.

Интересна персонификация «черных» бизнесменов в общегосударственном масштабе.

Первая группа — это руководители предприятий и счетно-бухгалтерские работники, совершающие замаскированные корыстные преступления в рамках официальной экономики и выступающие организаторами, стратегами и наиболее активными участниками формирований теневого бизнеса. Эти люди занимают высокие должности в управленческом аппарате, располагают значительными материальными средствами, имеют в своем распоряжении общественные ресурсы и официально наделены специальными (а порой и чрезвычайными) полномочиями. Тем самым они имеют все возможности для формирования организационной основы развития «черного» бизнеса как единого целого.

Вторая группа — это часть городского и сельского населения, которая удовлетворяет свои потребности за счет теневых перераспределительных отношений — спекуляции, мелкого воровства, мелких должностных и хозяйственных правонарушений. Подобный бизнес чрезвычайно важен для постоянного воспроизведения теневых рыночных отношений. Кроме того, мелкие «теневые» бизнесмены легко при необходимости рекрутируются и в крупные преступные формирования.

Третья группа — это люди, осуществляющие «теневой» бизнес от случая к случаю. Это — кадровый резерв теневой экономики.

Четвертая группа — само государство. В странах с рыночной экономикой за деньги потребителей борются конкуренты, и эта борьба весьма выгодна самим потребителям, ибо она способствует насыщению рынка товарами. У нас государство тоже ведет борьбу за деньги потребителей. Ее излюбленный прием — административное повышение цен на товары в госсекторе без увеличения объема продукции и обновления ассортимента.

К сказанному надо добавить, что «теневой» бизнес имеет опору и в психологии многих слоев населения. Анализ предпринимательской психологии в этом аспекте весьма примечателен. Результаты специальных обследований, проведенных в 80-е годы, свидетельствуют о распространенности среди населения взглядов и установок на удовлетворение личных интересов и потребностей безнравственными и противоправными «теневыми» способами.

Так, по 500 изученным группам преступников, совершившим хищения в крупных и особо крупных размерах, в 19% случаев сослуживцы становились их соучастниками, в 30% — относились безразлично к наблюдаемым противоправным действиям, а 79% членов семей расхитителей знали о совершении преступлений и даже являлись сообщниками.

Более 70% изобличенных расхитителей полагают, что на честно заработанные средства в наше время никто не живет. Около 80% населения убеждено в том, что «все берут», но «не всем дают».

Не стоит поэтому особенно удивляться тому, что состав преступников в сфере экономики на 95% ежегодно пополняется из числа граждан, впервые ставших на путь «борьбы» с законом, добровольно или добровольно-принудительно вошедших в «теневой» бизнес.

Даже беглый анализ «черного» бизнеса не оставляет сомнений в том, что это не механическая совокупность случайных и нехарактерных действий. «Теневой» бизнес — это целостная система, которая прежде всего органически присуща экономике, в развитии которой делается упор на искоренение законного бизнеса и частнопредпринимательских инициатив.

Переход от системы «теневого» бизнеса к системе легального бизнеса — один из ключевых вопросов для нашей страны. Ведь бизнес — это «душа» рыночной экономики. Между тем за годы перестройки честный, законный и полнокровный бизнес у нас так и не возник. О его существовании мы узнаем разве что из публикаций газеты «Коммерсант», в жизни же мы все больше и больше попадаем под власть бизнеса «теневого», представленного и мелкими жуликами, и деятелями «мясного» и иного экономического андеграунда.

Такое положение нельзя считать неожиданным. До сих пор ни одна из правительственных акций, направленных на оздоровление экономики, не носила системного характера и не была обусловлена продуманной, тщательно взвешенной стратегической концепцией, реализация которой позволила бы преобразовать систему как «теневого», так и честного («белого») бизнеса. Больше того, таким именно образом вопрос вообще ни разу не ставился.

«Теневой» бизнес рассматривался в виде частного явления, заслуживающего внимания прежде всего ра-

ботников правоохранительных органов. Экономическая основа «теневого» бизнеса не только не разрушалась в ходе проводившихся перестроечных преобразований, но, напротив, порой укреплялась вследствие ошибочных мероприятий и некомпетентного руководства.

Живучесть «теневого» бизнеса и неудачи в организации честного бизнеса объясняются прежде всего тем, что в прошлом «теневой» бизнес как существенно важный компонент административно-командной экономики органично входил в систему монополистических отношений, был составной частью монополизма советского типа. Монопольное положение товаропроизводителей, узаконенное административно-командной системой, по существу, выражалось и в монопольном положении деятелей «теневого» бизнеса.

Поэтому наивно думать, что косметические преобразования в экономике могли способствовать созданию системы честного бизнеса. «Теневая» экономика оказывалась в состоянии извратить и даже похоронить любое самое прогрессивное начинание Тем более что эти начинания не охватывали до сих пор самую основу бизнеса — отношения собственности А начинать следует именно от форм собственности и форм предпринимательской деятельности

ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Будущие историки вне всякого сомнения обратят внимание на тот факт, что по мере углубления перестройки и осознания нашими руководителями необходимости перенесения экономической реформы в святая святых советского хозяйства — в отношения собственности — сопротивление ей нарастает Речь идет о сопротивлении переменам не идеологических поклонников сталинщины или тех, кто не может «поступиться принципами», а прежде всего со стороны представителей «теневого» бизнеса, для которых переход к рыночной экономике таит серьезную, едва ли не смертельную опасность, ибо он легализует конкуренцию и заставит их уже на равных с другими деловыми людьми бороться за деньги потребителей

Реформирование собственности жизненно необходимо, поскольку без этого невозможно обеспечить равных

стартовых условий для тех людей, которые желают заниматься на свой страх и риск предпринимательской деятельностью. Определенные предпосылки к созданию таких условий содержатся в принятых в конце 1990 г. Законах РСФСР «О крестьянском (фермерском) хозяйстве» и «О собственности в РСФСР», «О предприятиях и предпринимательской деятельности».

Согласно этим законам все формы собственности и все виды предприятий признаются абсолютно равноправными. Прежде всего речь идет о юридическом признании не просто равноправия форм собственности, а о долгожданном введении частной собственности на средства производства, на землю и капитал в число этих равноправных форм. Мы называем этот шаг долгожданным по той простой причине, что полноценный бизнес глубинной основой имеет именно частную собственность.

В соответствии с принятыми документами собственник получает возможность создавать предприятия и передавать им оборудование, средства, интеллектуальную собственность на правах полного хозяйственного владения с получением части прибыли, определенной в договоре, а также привлекать любое необходимое количество работников на основании трудовых договоров.

Кроме того, граждане могут использовать принадлежащее им имущество для предпринимательской деятельности без получения статуса юридического лица, вкладывая имущество в качестве пая в кооперативы, товарищества, коллективные предприятия, в объединения граждан и юридических лиц. Другими словами, частные лица могут получить прибыль, не только создавая хозяйственные структуры, но и вкладывая принадлежащий им капитал (в форме недвижимости, денег или ценных бумаг) в любое, не запрещенное законом направление деятельности.

Теперь предприниматели не должны комбинировать варианты для того, чтобы получить возможность заниматься избранным видом деятельности и избежать при этом существующие для различных форм предприятий ограничения.

Выбор статуса предприятия зависит только от способа формирования капитала (личный, акционерный, паевой), от принципов принятия управленческих решений (собственник, учредитель, собрание пайщиков или уч-

редителей) и от формы распределения прибыли (личный доход, дивиденд, выплаты по паю). Законодательно установлены две основные предпринимательские категории: индивидуальная трудовая деятельность (без привлечения наемного труда) и собственно предприятие (с привлечением наемного труда).

Таким образом, частные предприятия могут заниматься любой не запрещенной законом деятельностью или несколькими ее видами, не опасаясь печально известных ограничительных перечней времен кооперативного и особенно антикооперативного движения.

Принцип равноправия соблюдается и в вопросе материального обеспечения — частные предприятия получают равные условия в снабжении необходимыми материалами и оборудованием, которые тем же кооперативам раньше реализовывались в несколько раз дороже, чем государственным предприятиям.

Конечно, можно по-разному относиться к признанию необходимости частной собственности и к законодательному закреплению равноправного положения этой формы собственности среди других форм. Но надо понять, что переход к рыночной экономике без такого признания и закрепления роли частной собственности немыслим.

Мир еще не знал примеров перехода к рыночной экономике без опоры на частную собственность и частное предпринимательство, и, надо полагать, не узнает. Поэтому, хотя мы и привыкли идти «другим путем», в данном случае ситуация не имеет разумных альтернатив.

Либо легальная частная собственность, рыночная экономика и бизнес, либо фактическое частнопредпринимательское, но «теневое» присвоение, околоплановое предпринимательство и подпольный бизнес — других вариантов нет. Ведь уже ясно, что такие коллективистские формы собственности, как акционерная, общества с ограниченной ответственностью, кооперативы исторически возникли в результате развития частной собственности, они «вышли» из частной собственности и пришли ей на смену.

То же с полным основанием можно сказать и о государственной собственности в странах с рыночной экономикой — эта форма присвоения была исторически призвана корректировать развитие частной собственно-

сти, устранять свойственные ей противоречия, а в случае необходимости через денационализацию вновь обращаться в частную собственность.

Следовательно, согласно принятым в России новым законам в республике существующий частный бизнес может (и должен) выйти из подполья. Другими словами, речь идет о полном юридическом признании и юридической защите деятельности частного капитала (мелкого, среднего и крупного) на территории Российской Федерации.

Напомним, что возможность иметь и вести собственное дело является ключевой предпосылкой экономической жизни в странах с развитой рыночной экономикой. Однако сама частная собственность в ее «классическом» исполнении — как собственность одного-единственного частного лица — имеет весьма ограниченные возможности развития и распространения в этих странах.

«Классическая» частная собственность и «классический» частный бизнес распространены в основном в мелком производстве и мелкой коммерции. В настоящее время «классический» частный собственник, т. е. лицо, являющееся и собственником, и бизнесменом, имея в виду крупного или среднего предпринимателя, фактически это социальный раритет, исключая, конечно, сельскохозяйственный бизнес (бóльшая часть фермеров собственники, а не арендаторы земельных угодий).

Если же иметь в виду мелкий бизнес, то здесь действительно частная собственность весьма широко распространена. Такое положение более всего характерно для США.

В несельскохозяйственном секторе американской экономики трудится более 11 млн. частных собственников, имеющих среднегодовой валовой доход примерно в 50 тыс. долл. И только у 40 тыс. частных собственников (т. е. менее чем 0,4%) валовой годовой доход приближается к 3 млн. долл., а чистый доход колеблется в пределах от 200 до 300 тыс. долл.

Очевидно, указанные соображения служили ориентиром и для наших законодателей. Во всяком случае, поставив в основание всей системы предпринимательской деятельности частный бизнес (и это отражает историческую последовательность возникновения форм предпринимательства в условиях суверенитета частной собст-

венности), они выделили различные формы коллективных предприятий.

В качестве правовых форм коллективных предприятий закреплены полное товарищество, смешанное (коммандитное) товарищество, товарищество (общество) с ограниченной ответственностью, акционерное общество. Указанные правовые формы коллективных предприятий призваны регламентировать формы материальной ответственности за ведение предпринимательской деятельности.

К примеру, полное товарищество весьма широко представлено в нашей стране участниками так называемого кооперативного движения. Конечно, теперь, когда это движение (еще год назад трактовавшееся некоторыми журналами чуть ли не как живое воплощение «ленинского кооперативного плана») является объектом массированной, разнохарактерной, но равно огульной критики, слово «кооператив» лестно заменить на «товарищество».

Следует отметить, что форма товарищества имела определенное распространение в послеоктябрьский период, причем рассматривалась как юридическая форма, интегрирующая различные типы предприятий, включая кооперативы. Так, в принятом в 1922 г. Гражданском кодексе РСФСР различалось пять видов товариществ — простое товарищество, полное товарищество, товарищество на вере (коммандитное товарищество), товарищество с ограниченной ответственностью и паевое товарищество (акционерное общество).

Обратим внимание на то, что полное товарищество, рассматриваемое в новом российском законе как наиболее простая форма коллективного бизнеса, на самом деле является порождением простого товарищества Простое товарищество было основано на взаимных обязательствах участников общего дела о соединении вкладов и совместной деятельности.

Вкладом признавалось все то, что каждый вносил в товарищество — деньги, имущество, услуги, либо то, что теперь называется «ноу-хау». Эти вклады признавались общей собственностью товарищества, причем ведение дел производилось лишь на основе данной собственности и с общего согласия всех участников.

В отличие от описанной формы полное товарищество трактовалось в Гражданском кодексе 1922 г в виде

хозяйственной формы, все участники которой занимаются торговлей или промыслом под общей фирмой и по обязательствам товарищества отвечают всем своим имуществом как солидарные должники. В ныне принятом законе также фиксируется, что все участники полного товарищества несут неограниченную солидарную ответственность по обязательствам товарищества всем своим имуществом.

В этой связи укажем на основную особенность полного товарищества, которая отграничивает данную форму от иных форм товариществ и коммерческих обществ и в то же время сближает ее с «классическим» частным бизнесом. Речь идет о том, что полное товарищество (в том числе и кооператив) — это форма с неограниченной ответственностью. На данную особенность важно обратить внимание, ибо в дальнейшем речь пойдет о различных модификациях обществ с ограниченной ответственностью.

Итак, что означает неограниченная ответственность?

Это ответственность за дела фирмы всем ее имуществом. И частная фирма, и полное товарищество — это правовые формы бизнеса, участники которых составляют своего рода группы наибольшего экономического риска.

В этой группе несомненное лидерство принадлежит частному, а не коллективному бизнесу, что вполне понятно. Ведь неудачи при организации частного бизнеса могут быть целиком отнесены за счет промахов или некомпетентности предпринимателя лично. Между тем катастрофа полного товарищества нередко наступает вследствие «нетоварищеского» поведения отдельных участников, когда слабости одного из звеньев предпринимательской цепочки оборачиваются убытками для всех участников предприятия.

Выше мы писали о том, что в американской экономике частное предпринимательство почти полностью рассредоточено в сфере мелкого бизнеса К этому надо добавить, что, хотя доля частного предпринимательства в валовом доходе всех фирм США составляет около 6%, именно частный бизнес обеспечивает почти всех американцев первоклассной и дешевой системой бытовых услуг

Совсем по-иному складывается ситуация в кооперативном секторе американской экономики. Если не принимать в расчет потребительские и сельскохозяйствен-

ные кооперативные ассоциации, кооперативы — очень незаметный сектор в экономике США. Указанный сектор охватывает всего лишь 5—8% всех производителей продукции (включая отрасли сельского хозяйства) и не играет сколько-нибудь существенной роли в экономической жизни страны.

Еще 3—4% приходится на так называемые народные (коллективные) предприятия, возникшие в результате выкупа фондов предприятий трудовыми коллективами этих предприятий.

Думается, данный опыт стоит учитывать при выкупе (например, через аренду) советских предприятий их трудовыми коллективами, как и надо было учитывать его при организации «кооперативного движения».

Собственно, редкие участники этого движения могли быть в полной мере названы кооператорами. Под «крышей» кооперации, по существу, процветал частный бизнес (нередко возникший в результате «отмывания» теневых мафиозных капиталов), что и вызывало справедливое негодование тех ревнителей социалистического выбора, которые пытались в кооперативном движении увидеть или хотя бы угадать черты «ленинского кооперативного плана».

Несомненно, добровольная кооперация имеет в нашей стране определенное будущее. Но ясно также и то, что по мере перехода к полноценной рыночной экономике кооперативный сектор займет подобающее ему, но отнюдь не лидирующее положение в системе отечественного бизнеса.

Весьма незначительными, скорее всего, будут и масштабы «народного бизнеса» — предпринимательской деятельности, осуществляемой коллективами предприятий, пожелавшими стать собственниками предприятия.

Какая же форма предпринимательства должна приобрести лидирующее положение в условиях рыночной экономики?

В мелком производстве, очевидно, главенствовать должен частный бизнес.

Что же касается крупного и среднего предпринимательства, то здесь, если принять во внимание мировой опыт, приоритет должен принадлежать формам бизнеса, базирующимся на ограниченной материальной ответственности его участников.

Прежде чем анализировать особенности, присущие

данному типу предпринимательства (а у нас это общества с ограниченной ответственностью и акционерные общества), остановимся на, так сказать промежуточной форме, каковой является коммандитное товарищество.

В российской экономике в 20-е годы эта разновидность коллективного предпринимательства именовалась и как товарищество на вере Таковым признавалось товарищество, «учрежденное для ведения под общей фирмой торговли или промысла и состоящего из одного или нескольких участников, отвечающих перед кредиторами товарищества всем своим имуществом (неограниченно ответственные товарищи), и одного или нескольких участников, ответственность которых ограничивается их вкладами в товарищество (вкладчики-коммандиторы)»

В Законе РСФСР «О предприятиях и предпринимательской деятельности» описанию коммандитного товарищества отведена специальная статья, что, очевидно, можно считать не более чем данью уважения историческим прецедентам, ибо ни «товарищество на вере», ни «коммандитное товарищество», ранее в нашей стране не имели широкого распространения.

В указанном законе РСФСР, к сожалению, наряду с фиксацией разрешаемых форм бизнеса не предусмотрено, что по мере эволюции рыночной экономики у нас могут возникать и иные формы коллективного бизнеса. Это тем более досадно, что законодателями был обойден вопрос о формах смешанного партнерства, когда по соглашению между «товарищами» образуются более сложные, в том числе и ограниченные по времени, формы партнерства.

В этой связи стоит подчеркнуть, что, к примеру, американская «Служба внутренних доходов», занимающаяся регистрацией предпринимательских фирм, фиксирует различные партнерства независимо от их конкретной формы и характера договоров между «товарищами».

Вернемся теперь к организационным формам бизнеса, предполагающим наличие ограниченной экономической ответственности участников дела. Их, как уже отмечалось, две — общества с ограниченной ответственностью и акционерные общества.

Впервые после долгого перерыва об этих формах заговорили у нас в стране лишь три года назад в связи с акционированием львовского производственного объединения «Конвейер». Это мероприятие, в сущности, аб-

солютно незаконное, ибо легализация акционерной собственности в СССР произошла лишь весной 1990 г. и дала определенный толчок к изменению общественного мнения в отношении к акциям.

Формально акционерные общества существовали у нас и до начала перестройки — таковыми являлись, к примеру, «Интурист», Торгово-промышленная палата СССР. Беда в том, что акционерная форма их носила действительно формальный характер и потому не обеспечивала подлинной свободы в области производственной и коммерческой деятельности.

Итак, в 1988 г. в стране началось «акционерное движение», а в 1990 г. оно получило законодательное основание (Закон СССР «О собственности в СССР», Закон «О предприятиях в СССР», «Положение об акционерных обществах и обществах с ограниченной ответственностью» и т. д.).

Классическое акционерное общество (корпорация) представляет собой объединение вкладчиков капитала (акционеров), образуемое на основе устава, причем учредителями могут выступать и физические, и юридические лица. Общество должно состоять не менее чем из двух участников, при этом максимальное их число не ограниченно.

Акционерное общество — это наиболее демократичная форма бизнеса, ибо купить акцию и стать акционером (и тем самым собственником) предприятия может при открытой подписке на акции любой человек.

В мировой практике существует, конечно, и закрытая подписка на акции, применяющаяся, как правило, в том случае, когда учредители акционерного общества обладают достаточными средствами, чтобы полностью сформировать уставный фонд предприятия. Однако типичной для современной рыночной экономики Запада является открытая подписка на акции. Не случайно поэтому, что когда в конце 1990 г. межбанковское объединение «Менатеп» решило стать акционерным обществом открытого типа, то его девиз был сформулирован так: «Менатеп» — наша собственность».

В качестве основных особенностей акционерной формы предприятия можно назвать следующие.

1. Акционеры не несут ответственности по обязательствам общества перед его кредиторами. Имущество общества полностью обособлено от имущества отдельных

акционеров. В случае несостоятельности общества акционеры несут лишь риск возможного обесценения принадлежащих им акций.

2. Права акционеров делятся на имущественные и личные. К имущественным правам относится право на получение объявленного дивиденда, а также части стоимости имущества фирмы в случае ее ликвидации. К личным — право на участие в голосовании на общих собраниях акционеров.

3. Акционерная форма предприятия позволяет объединить практически неограниченное число вкладчиков, в том числе и мелких, и сохранить при этом контроль крупных вкладчиков за деятельностью предприятия.

4. Акционерное общество представляет собой наиболее устойчивую форму объединения капиталов, поскольку выбытие из него любого из вкладчиков не влечет за собой обязательного закрытия предприятия. Вкладчик имеет право в любой момент продать свои акции без какого-либо предварительного согласия других акционеров.

Ограниченность риска заранее обусловленной денежной суммой делает акционерное общество наиболее привлекательной формой вложения капиталов и, как следствие, дает возможность для централизации больших средств.

Вообще, выпуск акций — одно из наиболее значительных достижений рыночной экономики. Это и способ мобилизации финансовых ресурсов, и «распыления» риска, и способ мгновенного перелива финансовых средств из одних отраслей в другие.

Конечно, одно лишь законодательное закрепление акционерной собственности еще не обеспечивает подлинной производственной и коммерческой самостоятельности акционерного общества. Это весьма важно уяснить, ибо в нашей стране широкое распространение приобретает акционирование (нередко принудительное) государственных предприятий, а также создание новых предприятий, держателями контрольного пакета, в которых выступают различные государственные структуры.

Создано, к примеру, акционерное общество «Инаудит» (причем это не просто акционерное общество, но еще и совместное предприятие), а держателем контроль-

ного пакета акций (51%) является Министерство финансов СССР

На какие средства министерство приобрело акции?

Исключительно на средства бюджета. А это значит, что бюджетные средства расходуются для приобретения акций, но дивиденды с этих акций в бюджет поступать не будут

Такая ситуация может стать типичной, поскольку список министерств-акционеров растет. Акционерами становятся и иные госучреждения, скажем, городские или областные управления торговли (в качестве собственников магазинов), тресты столовых (как собственники этих самых столовых) и т п. Ситуация дикая и абсолютно невозможная в странах с реальной рыночной экономикой.

Конечно, государство может участвовать в деятельности акционерных обществ (ниже мы вернемся к этому вопросу), но именно государство, а не отдельные бюджетные учреждения, и именно участвовать, а не навязывать себя в качестве получателя дивидендов.

Глубинный же смысл акционерной собственности — в привлечении капиталов прежде всего частных лиц.

В Соединенных Штатах Америки, к примеру, в настоящее время около 50 млн. акционеров, причем более половины (около 30 млн. человек) — это люди с годовым доходом от 15 до 50 тыс. долл. в год, весьма скромным по американским стандартам жизни (есть в США акционеры и среди людей, имеющих годовой доход ниже 10 тыс. долл. в год, т. е. ниже официальной «черты бедности»).

Всего же в США около 3,5 млн. негосударственных корпораций, причем акционерная собственность является господствующей в отраслях промышленности. На это весьма важно обратить внимание, ибо контрольные пакеты акций многих крупнейших американских компаний редко когда достигают не то что 51, а 1%.

Другой разновидностью рассматриваемой формы коллективного бизнеса являются общества с ограниченной ответственностью. Они представляют собой предприятия, имеющие уставный фонд, разделенный на доли, размер которых определяется учредительными документами. Участниками общества могут быть и физические, и юридические лица, причем участники общест-

ва несут ответственность по его обязательствам только в пределах их вкладов.

На первый взгляд общества с ограниченной ответственностью выступают всего лишь как несовершенная форма акционерного общества. Многое, действительно, напоминает акционерное общество, но есть и серьезные различия.

Во-первых, такое общество — это предприятие непременно «закрытого типа»

Во-вторых, участники общества с ограниченной ответственностью обязуются содействовать его развитию, не предполагая лишь исполнения собственнических функций.

Правда, весьма неясно (и эта неопределенность закреплена в уже упоминавшемся постановлении Совета Министров СССР), в чем должно состоять данное содействие.

Безусловно, общество с ограниченной ответственностью — это союз собственников, а не работников, как, например, полное товарищество. Следовательно, и отношения внутри общества определяются прежде всего исполнением его участниками собственнических полномочий, а не производственных.

В-третьих, создание акционерного общества требует неизмеримо бо́льших финансовых усилий, нежели создание общества с ограниченной ответственностью.

Судите сами, согласно упомянутому постановлению Совета Министров СССР уставный фонд акционерного общества должен составлять 500 тыс. руб., а уставный фонд общества с ограниченной ответственностью — 50 тыс. руб., причем на момент регистрации такого общества учредители могут располагать суммой всего лишь в 15 тыс. руб.

Заметим, что общества с ограниченной ответственностью имеют гораздо более широкое распространение в странах Западной Европы, нежели акционерные общества. Прежде всего это можно наблюдать в экономике современной Германии. Известное сокращение «GmbH» в наименовании немецких фирм означает, что это общества с ограниченной ответственностью. В английской экономике принято обозначение «Ltd». Впрочем, обозначение «ЛТД» нередко ставится и в названии уже созданных фирм в СССР (например, «Дайнэмикс ЛТД», «Провинция ЛТД» и т. п.).

Несомненно, названная организационно-правовая форма предприятия получит широкое распространение в нашей стране. Учитывая большой интерес к обществам (товариществам) с ограниченной ответственностью, мы публикуем варианты документов, необходимых для регистрации таких предприятий, в Приложении

В заключение весьма кратко о государственной собственности и участии государственных предприятий в бизнесе.

Прежде всего отметим, что государственных предприятий советского типа, т. е. хозяйственных звеньев, работающих по директивным планам, в странах с рыночной экономикой, по существу, нет. Весьма условно к ним можно отнести так называемые бюджетные (ведомственные) предприятия, доля которых в различных странах с рыночной экономикой колеблется от нуля до 1,5—2% от общего числа предприятий в этих странах (исключениями являются службы связи, верфи, арсеналы).

Однако данные предприятия лишены возможности «делать бизнес» — они не имеют ни юридической, ни хозяйственной самостоятельности. По своему положению они входят в систему государственного административного управления и непосредственно подчиняются министерству, ведомству, либо органу местного самоуправления (не исключены и случаи непосредственного их структурного вхождения в тот или иной орган власти) Кроме того, указанные предприятия не платят налоги на получаемую прибыль, все их доходы и расходы опосредуются государственным бюджетом.

Между тем даже в прогрессивном законе, регламентирующем бизнес в нашей стране, — в Законе РСФСР «О предприятиях и предпринимательской деятельности», предусмотрено, по существу, сохранение прежней, не выдержавшей испытания временем бюджетной формы государственного предприятия. Делается, правда, оговорка относительно возможности участия государства в предприятиях смешанных форм собственности.

Государственное предпринимательство довольно широко представлено в странах с рыночной экономикой прежде всего в отраслях, имеющих либо особо важное значение для экономики, либо в отраслях, требующих больших капиталовложений, и в которых частные или

коллективные фирмы не могут обеспечить себе достаточную норму прибыли для расширенного воспроизводства.

Например, в Великобритании госсектор охватывает (несмотря на многолетние усилия правительства по приватизации экономики) черную металлургию, добычу угля, средства связи, транспорт, аэрокосмическую промышленность, снабжение электричеством, газом. В целом на госсектор приходится около 25% валового внутреннего продукта, а также общего числа занятых в Великобритании.

В США на долю государства приходится около 20% основного капитала, а также 40% всей земли, 42% всех электростанций, почтовое обслуживание, 300 с лишним станций телевещания и столько же радиовещания.

Однако, как правило, государственный бизнес выступает в этих странах в формах не ведомственных предприятий, а общественных (публичных) корпораций либо смешанных акционерных обществ.

Наиболее распространенной организационно-правовой формой государственного предпринимательства является публичная корпорация. Такие корпорации создаются по правительственным указам в форме акционерных обществ, все акции которых принадлежат государству (именно государству, а не какому-либо органу госуправления!).

Как правило, такие акционерные корпорации не входят в систему органов государственного управления, они лишь согласовывают с ними планы своей деятельности и контролируются ими. Управляющие публичных корпораций назначаются государством, однако ни они сами, ни остальной персонал не считаются государственными служащими. В случае необходимости публичная корпорация может быть легко преобразована в смешанное акционерное общество.

Широкие возможности для участия государства в предпринимательской деятельности открываются и благодаря смешанным фирмам, акции которых принадлежат и государству, и частным вкладчикам.

Хотя, как мы видим, и публичные корпорации, и смешанные акционерные общества не являются в нашем традиционном понимании государственными предприятиями, тем не менее «там» они проходят под названием

именно государственных предприятий. И в отличие от наших госпредприятий все они обязаны ежегодно издавать публичные годовые отчеты о своей производственно-коммерческой и финансовой деятельности, что позволяет государству (а не только государственным органам) направлять их деятельность, а при необходимости реорганизовывать и даже ликвидировать.

СИСТЕМА БИЗНЕСА

В первой части настоящей работы мы не случайно обратили внимание на системный характер отношений в сфере бизнеса. Действительно, наивные представления о рыночной экономике как о средоточии разрушительных стихийных сил, об эпицентре взаимной борьбы на уничтожение вплоть до «применения динамита к конкуренту», о полигоне для отработки деструктивных связей, базирующихся на принципе «человек человеку — волк», должны отойти в прошлое.

Современная рыночная экономика — явление жесткое, но вместе с тем и достаточно эффективное и уж вовсе не враждебное по отношению к трудолюбивым и инициативным людям.

Кстати, почти семьдесят лет назад В. И. Ленин имел все основания подчеркнуть, что товарное производство есть организованное хозяйство. Об этом стоит напомнить тем, кто продолжает без устали пугать население ужасами рынка, конкуренции и капитализма, клянясь при этом в приверженности марксизму-ленинизму.

Итак, что же представляет собой система бизнеса?

Прежде всего это совокупность отношений между разнообразными субъектами рыночной экономики, т. е. потребителями продукции, предпринимателями, наемными работниками, государственными службами, в частности, общественными, профессиональными союзами и ассоциациями. Все эти отношения, связи и иные формы экономической зависимости обусловливают друг друга и потому составляют единое целое.

Бизнес относится к типу органических систем, поэтому отношения, его составляющие, имеют тенденцию к развитию в направлении укрепления и упрочения их целостности. А это происходит через постоянное разрешение возникающих в системе противоречий — между

предпринимателями и наемными работниками, между потребителями продукции и ее производителями, между частными предпринимателями и профсоюзами, между предпринимателями и государственными властными структурами.

В том, что дело обстоит именно так, убеждает весь опыт развития стран с рыночной экономикой в течение нынешнего столетия. Начало XX в. было ознаменовано кровавыми войнами, революционными и контрреволюционными переворотами, полным драматизма противостоянием различных социальных групп экономически развитых стран, «великой депрессией».

Однако вторая половина столетия, хоть она и была омрачена различными локальными международными столкновениями, классовыми конфликтами и отраслевыми кризисами (вроде энергетического), в целом обнаружила большую жизнестойкость рыночной экономики, ее способность к преодолению трудностей и высокую степень динамизма.

Именно в этот период была сформирована социальная основа для достижения консенсуса между различными социальными силами, что наиболее полно выразилось в создании социально ориентированной экономики, социального рыночного хозяйства (именно так официально определяется экономическая система современной Германии).

Каждый из субъектов социально ориентированной экономики занимается своим делом (своим бизнесом), однако в обществе имеются социальные механизмы, благодаря которым такой бизнес не наносит ущерба другим людям, легально реализующим собственные экономические инициативы.

Устойчивость, постоянная воспроизводимость всех этих отношений, их гибкость и обновление под воздействием обстоятельств, динамизм, а главное, их результативность, способность обеспечивать экономический прогресс, реализацию материальных и духовных потребностей людей и позволяют говорить о бизнесе как о целостной системе.

Как и всякая иная система, бизнес имеет структурные уровни организации. Мы выделим макроэкономический и микроэкономический уровни бизнеса.

Для микроуровня системы бизнеса наибольшую важность представляют такие компоненты предприниматель-

ской деятельности, как цель фирмы, инвестиции, маркетинг, планирование выпуска продукции, обоснование экономического потенциала предприятия, определение степени коммерческого риска, реклама, ценообразование, производство и продажа продукции, заключение сделок и контрактов, менеджмент

Для макроуровня первостепенное значение имеют обеспечение основных пропорций между элементами рыночной экономики, налогообложение, занятость, регламентация конкурентного поведения предпринимателей, функционирование товарных, сырьевых, фондовых, валютных и иных бирж, деятельность коммерческих, инвестиционных, эмиссионных и иных банков, информационно-коммерческих систем и других средств деловой коммуникации.

Подробное описание и характеристика каждого из элементов системы бизнеса, будь то компоненты его макроуровня или микроуровня, дело весьма важное и полезное, но требующее специальных исследований Мы же остановимся лишь на двух компонентах бизнеса, которые, как полагает автор, дают достаточно ясное представление о функционировании всей системы, а именно на маркетинге и организации занятости населения.

Маркетинг — это одна из тех многочисленных экономических новаций, которые уверенно шагнули в нашу жизнь, влекомые перестройкой

Маркетинг можно определить как деятельность фирмы, направленную на обеспечение гарантий стабильности ее положения на рынке (от market — рынок). Однако повседневная хозяйственная практика западных компаний опровергает такую трактовку

Современный маркетинг является детищем конкурентного соперничества между фирмами В развитии конкуренции можно выделить три последовательно сменявших друг друга периода, которые определяются западными экономистами соответственно как период «концепции производства», период «концепции реализации» и, наконец, период «концепции маркетинга»

Концепция производства господствовала примерно до начала нынешнего столетия и ее девизом был: «Производи сколько можешь, ибо рыночный спрос безграничен».

Действительно, для периода становления рыночной

экономики весьма характерен не только фактический дефицит продукции, но и, так сказать, дефицит перспективный, т. е. положение, при котором любая товарная новинка оказывается полезной для потребителей, ибо она удовлетворяет потребности, существовавшие ранее лишь потенциально.

Рост производства не успевал за темпами раскрепощения потребностей, и было бы неплохо, если б нечто подобное (бурный рост производства и раскрепощение потребностей) происходило и при переходе к рыночной экономике в нашей стране. Во всяком случае концепция производства не так уж и плоха для хронически и безысходно дефицитной экономики.

Тем не менее в настоящее время такая концепция является не более чем анахронизмом в странах с рыночной экономикой. И это не удивительно, ведь уже в начале текущего столетия она начала уступать место концепции реализации.

Для периода, в течение которого концепция реализации имела определяющее значение при формировании стратегии и тактики поведения предпринимательской фирмы на рынке, а этот период длился практически до начала 50-х годов, первоочередная ориентация фирмы была обусловлена не производством продукции, а ее реализацией.

Главным девизом данной концепции было утверждение: «Вот товар — ступайте и торгуйте им».

Этот девиз не имеет ничего общего с концепцией маркетинга, разница между концепцией реализации и концепцией маркетинга огромна и непреодолима. Главным для концепции реализации являлась продажа ранее созданного товара потребителям, а для концепции маркетинга — учет потребностей покупателей при формировании производственной программы, при создании и продаже товаров.

Концепция реализации была нацелена на удовлетворение потребностей продавца, в то время как концепция маркетинга — на удовлетворение потребностей покупателя.

Переход от концепции реализации к концепции маркетинга во второй половине XX в. стал одним из существенно важных компонентов образования системы бизнеса, для которой, как уже отмечалось, характерен консенсус интересов различных субъектов хозяйственной

жизни. Маркетинг стал основой достижения консенсуса интересов потребителей продукции и предпринимателей.

Современная концепция маркетинга базируется на понимании того, что залогом достижения целей предпринимательской фирмы является определение нужд вероятных потребителей и удовлетворение этих нужд более эффективными способами, чем те, которыми располагают конкуренты.

Суть концепции маркетинга определяют в зарубежной литературе, как правило, с помощью цветистых оборотов типа: «Отыщите потребности и удовлетворите их», «Производите то, что можете продать, вместо того чтобы продать то, что можете произвести», «Любите клиента, а не свой товар», «Пусть будет по-вашему».

Вот что пишет самый известный на Западе специалист по вопросам маркетинга профессор Северо-Западного университета США Филип Котлер:

> «По сути своей концепция маркетинга — ориентация на нужды и потребности клиентов, подкрепленная комплексными усилиями маркетинга, нацеленными на создание потребительской удовлетворенности в качестве основы для достижения целей организации. Концепция маркетинга отражает приверженность фирмы теории **суверенитета потребителя».**

Заметим здесь, что в нашей литературе долгие годы концепция маркетинга трактовалась весьма тенденциозно. С одной стороны, ее пытались представить как стремление воротил западного бизнеса создать некое «общество потребления», состоящее из иждивенцев, полностью зависящих от крупного капитала. С другой стороны, как попытку отвлечь трудящихся от борьбы за свои права с помощью сказок о «суверенитете потребителей», коими могут оказаться и сами трудящиеся.

Однако современная реальность рыночной экономики на Западе все же дает гораздо больше оснований верить Ф. Котлеру, чем иным отечественным его толкователям.

Тезис о «суверенитете потребителя» возник не на пустом месте. Конкуренция, из которой и вырос современный маркетинг, всегда, во все времена должна быть в конечном счете подчинена одной задаче — воздействию товарами на платежеспособный спрос.

Учет потребностей и ориентация на них — есть тот фундамент полноценной конкуренции, без которого рыночная экономика нормально функционировать не может. Разумеется, все это реально лишь в конечном счете.

В текущей же экономической практике конкуренция может осуществляться в режиме «производства ради производства», когда совершенствование способов и методов борьбы, отвлечение сил на ведение наступательных либо оборонительных действий в такой степени поглощают соперничающие стороны, что основная их задача отступает на второй план.

Впрочем, такая борьба на износ обычна в случае большой вероятности монополизации экономики при одержании победы, получении огромных прибылей за счет такого рода действий.

Надо иметь в виду, что концепция производства и концепция реализации получили распространение в те времена, когда производство продукции не носило серийный, массовый характер, а заполнение рыночных ниш обеспечивало высокие прибыли вследствие освоения новых видов товаров. Не было в те времена и эффективного антимонопольного законодательства, противодействующего монополистической практике предпринимательских фирм и монополизации ими тех или других секторов рынка. Все это появилось позднее, что и стало существенным фактором при формировании концепции маркетинга.

Разумеется, современный маркетинг может включать и навязывание потребностей корпорациями. Тому есть немало примеров из области формирования фирмами стандартов потребления, оценочных критериев, стереотипов, влияющих на осуществление покупок и т. п.

Типичным навязыванием потребностей занимается, скажем, известная американская компания «Пицца-Хат», способствуя массовому спросу на пиццу — продукцию весьма своеобразную и далеко не самую ароматную. Впрочем, экспансия «Пицца-Хат» в последнее время наиболее заметна на советском рынке — не избалованный деликатесами советский едок охотно будет покупать и пиццу, и неведомые раньше гамбургеры, и «хот-догз».

Но о подлинном маркетинге при этом не может быть и речи. Как, кстати, не было речи и в прошлом, когда

всем гражданам без исключения отечественные «удовлетворители постоянно растущих потребностей» предлагали, скажем, колбасу к завтраку, и она охотно раскупалась, признаваясь вполне конкурентоспособной, ибо никаких иных конкурирующих колбас потребитель порой не видел ни разу в жизни.

Однако отметим, что навязывание потребностей за счет рекламы и других маркетинговых действий происходит в странах с рыночной экономикой вовсе не на пустом месте. Искусственное стимулирование спроса базируется на знании (более или менее точном) и понимании динамики рыночных ожиданий.

Вот почему не только потребление «подгоняется» под производство и не только именно такими мотивами руководствуется фирма. В условиях современной конкуренции фирмы-производители, осуществляя такого рода подготовку, фактически начинают маркетинг с приспособления своей производственной и коммерческой программы к динамике потребления и потребностей.

Важнейшими функциями маркетинга в современных условиях является изучение рынка, которое включает:

его сегментацию (т. е. выделение различных компонентов рынка сообразно личным или групповым особенностям потребителей, географических и демографических особенностей реализации продукции);

сбор рыночной информации фирмами, а также позиционирование товаров (т. е. внедрение товаров на конкурентный рынок либо закрепление на нем);

прогнозирование рынков.

В своей совокупности все эти действия опираются на вырабатываемую фирмой стратегию охвата рынка — долгосрочные программы фирмы по управлению рыночными процессами.

Нетрудно заметить, что маркетинг, определяя стратегические направления деятельности фирмы, безусловно, не адекватен простому лавированию на конкурентном рынке. Современный маркетинг — это порождение и форма проявления не столько рынка как такового, т. е. места купли-продажи, сколько всей современной рыночной экономики. Именно поэтому он и «работает» не только на сбыт продукции и поиск возможных покупателей, но и на производство товаров, на планирование подготовки производства, на априорное определение номенклатурных позиций и ассортимента продукции.

Маркетинг является наиболее насыщенным информацией каналом «обратной связи» между суверенными потребителями и суверенными товаропроизводителями, стремящимися к удовлетворению запросов потребителей и ради этого идущими на стратегию охвата рынка, включая и методы планомерного регулирования производства и сбыта.

Другим существенно важным признаком системы бизнеса является организация занятости населения, которая в современных условиях также базируется на консенсусе интересов — на этот раз интересов предпринимателей, наемных работников и государства

В условиях свободной рыночной экономики каждый человек обладает возможностью либо открыть свое дело, стать суверенным бизнесменом-предпринимателем, либо «продать» свою рабочую силу и стать наемным работником. Сохраняет ли во втором случае работник свой экономический суверенитет, столь ярко проявляющийся в практике предпринимательства?

Еще совсем недавно сам факт «продажи» рабочей силы трактовался в нашей стране однозначно как утрата всякого экономического суверенитета. Система наемного труда рассматривалась в виде системы наемного рабства.

Однако на самом деле заключение между работниками и предпринимателями трудового соглашения вовсе не свидетельствовало об утрате работниками своего суверенитета, ибо никакой «продажи рабочей силы», тем более наемного рабовладения, не происходило.

Происходило же (и происходит) иное, а именно, заключение взаимовыгодной сделки между суверенными субъектами экономики. Один (работник) делал свой бизнес, нанимаясь на производство, осуществляемое суверенными предпринимателями, другой (предприниматель) делал свой бизнес, нанимая суверенного работника (и подвергая себя немалому риску) и гарантируя ему реализацию его денежных интересов.

В самом деле: на чем основаны предположения о превращении рабочей силы в товар?

Исключительно на факте временного распоряжения предпринимателем способностями нанятых им работников, а также на невозможности практического распоряжения ими со стороны самого работника в указанное

время (в другое время работник мог прекрасно распоряжаться своей рабочей силой, скажем, стирая дома белье, прибивая гвозди или вынося из квартиры мусор).

Удивителен, однако, этот товар — рабочая сила! Все товары в результате купли-продажи меняют собственника, переходя в неограниченное во времени пользование нового хозяина, а рабочая сила без каких-либо дополнительных актов перепродажи по истечении срока контракта вновь возвращается к своему прежнему «носителю».

По своему экономическому содержанию отношения на рынке рабочей силы в бо́льшей мере воспроизводят принцип срочной аренды, нежели принцип продажи.

Работник выступает арендодателем, предприниматель — арендатором. Он арендует чужую рабочую силу, подобно тому, как он же арендует и чужие средства производства (лизинговая сделка) или помещения, выплачивая работнику арендную плату (зарплату).

Заключение же арендного договора возможно лишь между суверенными экономическими субъектами, каждый из которых делает при помощи арендной сделки свой собственный бизнес.

Важным элементом системы современного бизнеса и является соблюдение суверенитета всех заинтересованных сторон, представленных на рынке рабочей силы. В прошлом такого консенсуса не было — отсюда и интенсивные классовые конфликты. Ситуация существенно изменилась со второй половины нашего столетия.

Прежде всего во многих государствах теперь доминирует социальное рыночное хозяйство, а это означает, что предпринимательская деятельность в любом из секторов экономики должна базироваться на принципах социального партнерства различных социальных групп, государственных и общественных организаций.

Бизнес и социальное партнерство — нет ли тут, однако, противоречия?

Мы привыкли соотносить с бизнесом вовсе не партнерство, а конкуренцию, в том числе и соперничество между разными социальными силами (работодателями и работниками) в сфере занятости. Таковым бизнес и являлся в прошлом. В настоящее время, отвергая принцип партнерства, полноценный бизнес существовать не может.

Выше шла речь о достижении социального партнерства между потребителями продукции и товаропроизводителями за счет использования особенностей маркетинга Особенности в обеспечении социального партнерства между суверенными сторонами имеются и в сфере занятости.

Говоря о них, важно иметь в виду, что автор весьма далек от составления некоего идиллического проспекта, описывающего райскую жизнь «за бугром» Конечно, социальный консенсус между работниками, предпринимателями, государством по вопросу трудоустройства, социальное партнерство этих сил на рынке рабочей силы — результат длительной эволюции общественных отношений. Вот почему создание в нашей стране полноценной рыночной экономики не может быть успешным без обращения к опыту социального рыночного хозяйства.

О чем идет речь?

Прежде всего об участии всех социальных групп и государственных институтов в содействии занятости населения. Механизм такого содействия лучше всего виден на примере формирования фонда занятости (или, что то же самое, фонда безработицы) в большинстве цивилизованных стран с рыночной экономикой.

Всем известно, что безработные должны получать пособия, связанные с их временной нетрудоспособностью. Но далеко не все знают, за счет каких средств формируется «там» государственный фонд, из которого выплачиваются эти пособия.

Источников данных средств три — взносы предпринимателей, взносы занятых граждан (фактически работающего трудоспособного населения), а также отчисления из государственного бюджета (либо местных муниципальных бюджетов).

Предприниматели за счет собственных средств формируют часть фонда занятости — не странно ли это?

Нет, не странно, напротив, типично для современной системы бизнеса. Именно таким путем работодатели включаются в решение общегосударственной проблемы обеспечения занятости: если они не в состоянии обеспечить рабочими местами потенциальных работников, они принимают участие в обеспечении их материальными средствами на случай безработицы.

Значит, теперь бизнес, в том числе и большой, оза-

бочен не только выколачиванием прибавочной стоимости из наемных работников. Он был бы озадачен только этим лишь в том случае, если бы действительно существовала система некоего «наемного рабства»

Но поскольку каждый гражданин является суверенным носителем способности к труду и может распоряжаться своей рабочей силой сообразно своему самостоятельному выбору, то бизнесмен-предприниматель вынужден считаться с его проблемами и даже участвовать в их решении.

Мало того, в странах с рыночной экономикой существует и другая форма участия предпринимателей в содействии занятости. При образовании вакансий на предприятии они обязаны немедленно информировать об этом государственную службу содействия занятости (биржу труда). В противном случае — штраф.

Закономерен вопрос: как же идея свободы предпринимательства, без которой рыночная экономика уже не есть в полном смысле рыночная экономика?

Идея сохраняется, как сохраняется и самый принцип свободы предпринимательства. Но социальное рыночное хозяйство распространяет этот принцип на всех без исключения субъектов экономики.

Свобода бизнесмена-предпринимателя — это прекрасно. А как быть со свободой бизнесмена — наемного работника, осуществляющего предпринимательскую инициативу в сфере торговли собственной рабочей силой? Ему ведь тоже должна быть гарантирована свобода в его собственном деле.

Свобода должна обеспечиваться всем — предпринимателям для предпринимательства, работникам — для найма на работу. И чтобы работники обладали такой свободой, они должны иметь информацию о спросе на рабочую силу. Тогда их выбор будет осознанным, тогда только и можно будет ответственно заявить о действительно свободном предпринимательстве, о полноценной рыночной экономике.

Обязанность предпринимателя сообщать на биржу труда об имеющихся вакансиях (добавим — под страхом привлечения к административной ответственности) — это такой же элемент общественного консенсуса, как и обязанность этой биржи регистрировать безработных и платить им пособия.

Важно подчеркнуть, что взносы предпринимателей в

фонд занятости нельзя рассматривать как форму социального вспомоществования, ибо такие взносы осуществляют и наемные работники. К примеру, в Японии, Швеции, Германии они часть своей ежемесячной зарплаты, заметим, незначительную часть (от 0,5 до 2%), перечисляют в этот же фонд.

Никто из плательщиков не считает данную фискальную операцию грабежом. Делая взносы в фонд занятости, человек понимает, что тем самым он не просто исполняет свой гражданский долг, но и создает определенные социальные гарантии для себя лично, ибо никто ему не может в условиях рыночной экономики гарантировать рабочее место.

Одним словом, бизнес есть бизнес, даже если речь идет и о «торговле» рабочей силой. Осуществлять надо не только текущие, но и стратегические затраты, закладывая «впрок» гарантии устойчивого положения в рыночной экономике.

Такая практика, при которой и предприниматели, и занятые работники совместными усилиями участвуют в создании упомянутого фонда и тем самым содействуют занятости населения, весьма поучительна для нас. В формировании фонда занятости, как уже отмечалось, участвует и государство — его доля в данном фонде составляет, как правило, около 10—20% всех средств фонда.

Между тем в «Основах законодательства СССР и союзных республик о занятости», принятых Верховным Советом СССР, представлен иной принцип формирования аналогичного фонда. Единственным источником средств являются отчисления от прибыли предприятий и организаций.

Подобный подход аргументировался и аргументируется тем, что нельзя, дескать, брать деньги из заработной платы работников. Но такой гуманизм сомнителен.

Что, если предприятия вовсе останутся без прибыли? Чему в этом вполне реальном случае окажутся равны пособия по безработице? Не станут ли предприятия делать свой бизнес, обманывая государство относительно величины прибыли, за счет которой эти предприятия должны содержать армию безработных?

В советское законодательство заложена мина сильнейшего разрушительного действия. И теоретическое

обоснование упомянутого законодательного акта состоит в традиционном отвержении «торговли» рабочей силой в СССР, в отвержении права трудящихся на осуществление собственного бизнеса в сфере занятости, в отвержении их суверенного права на участие в предпринимательской деятельности на свой страх и риск.

Автор не случайно остановился в данном разделе на двух на первый взгляд далеких друг от друга компонентах системы бизнеса. Их отдаленность не мешает им учитывать общую особенность современного бизнеса — свободу предпринимательской деятельности в сочетании с достижением социального консенсуса в отношениях между суверенными социальными слоями и государственными институтами.

ПРАВИЛА ИГРЫ

Современный бизнес представляет собой не просто систему, обладающую необходимыми признаками целостности. Бизнес — это и внутренне регулируемая (или, точнее, саморегулирующаяся) система.

В настоящее время, когда с самых высоких трибун высказываются суждения о необходимости перехода к «регулируемой рыночной экономике» и даже «к регулируемому рынку», обычно «рынок» и «регулирование» трактуются как некие противоположные компоненты экономики. Дескать, пусть будет рынок, а кто-то извне станет его регулировать, а также, между прочим, и обеспечивать «защиту» населения от рынка.

На самом деле современная рыночная экономика давным-давно регулируемая. Предприниматели действуют в рамках совершенно определенного коридора свобод, но это регулирование выступает как порождение самой рыночной экономики. Правила игры здесь являются (как и социальный консенсус) результатом длительной эволюции механизмов предпринимательства, важной формой выражения компромисса различных социальных сил на общегосударственном и межгосударственном уровнях.

Речь идет не просто о некоем государственном регулировании рынка. Государственные институты выступают в западной экономике как своего рода арбитры при обострении взаимных отношений суверенных пред-

принимателей. Точнее, при такой степени обострения данных отношений, когда одна из конкурирующих сторон может стать монополистом, т. е. навязать свои предпринимательские интересы другой стороне.

Собственно, правила игры в бизнес и направлены на противодействие монополизации экономики, монополистической практике, недобросовестной конкуренции.

Выше, когда описывались предпринимательские отношения в сфере занятости, мы не случайно обращали внимание на весьма жесткие условия в предоставлении фирмами точной информации относительно наличия рабочих мест, а также на их участие в формировании фонда занятости населения. Такие условия существуют во многом именно для того, чтобы предприниматели не могли монополизировать сферу отношений на рынке рабочей силы.

Но надо заметить, что в странах с рыночной экономикой накоплен и немалый опыт в области противодействия возможной монополизации этих отношений и со стороны наемных работников. Так, в качестве безработных признаются не все незанятые граждане, а лишь те из них, которые действительно ищут работу, не имеют никакого источника доходов, кто ради поиска работы регистрируется в службе занятости (на бирже труда) и согласен пройти переподготовку по направлению данной службы.

В списках биржи труда нельзя находиться вечно. В конце концов сама эта биржа — не собес, ее цель состоит не в оказании помощи страждущим, а в содействии людям в получении подходящей работы.

Обязан ли человек принимать предложение биржи труда?

Если он зарегистрировался на бирже на всякий случай и в действительности поисками работы обременять себя не намерен, он вправе и отказаться от предложения подходящей работы.

В странах Западной Европы и в Соединенных Штатах Америки можно отказываться трижды. Потом, увы, наступает час расплаты — гражданина «увольняют» с биржи труда. Наличие трех отказов свидетельствует о несерьезности намерений безработного.

Безработные действительно должны искать работу, а не качать права, прикрывая собственную лень «объективными обстоятельствами». Этот ценный опыт, нако-

пленный за рубежом, весьма полезен и для нас в целях успешной реализации принятых законодательных актов в области занятости населения.

К примеру, в Германии пребывание человека на бирже труда длится в настоящее время в среднем 2—3 месяца, в США — 4—6 месяцев, хотя в данных странах граница такого срока определяется равной 12 месяцам.

Этот срок может быть продлен, если биржа труда не предоставляет человеку подходящую работу (ситуация, скажем прямо, маловероятная в США, но вполне возможная у нас), но, разумеется, он не может быть продлен в связи с желанием безработного сохранять свой статус и право на пособие взамен «включения» в производство и приобретения права на заработную плату.

Здесь важно обратить внимание и на то, что идеология регулирования отношений на рынке рабочей силы должна предполагать и наличие механизма противодействия монополизации данных отношений со стороны самих служб занятости. Поэтому следует подчеркнуть, что объектом торга на бирже труда является именно подходящая работа.

«Подходящая работа» — новый для нас термин. Согласно конвенциям Международной организации труда и практике регулирования занятости в странах с рыночной экономикой, подходящей может быть признана далеко не всякая работа, предлагаемая биржей труда. Таковой может считаться лишь работа, соответствующая профессиональной подготовке работника, его прежней профессиональной деятельности, к тому же предоставляемая в той же местности.

Службы занятости обязаны предоставлять безработным именно подходящую работу — для того они и существуют. И каждый гражданин имеет полное и суверенное право отказаться от любой недобросовестной попытки «облагоденствования» его со стороны биржи труда в том случае, если последняя пытается «всучить» ему неподходящую работу.

В конечном счете государству выгоднее платить пособия, признавая наличие безработицы, пусть даже и миллионной, чем обязывать людей трудиться неэффективно, обеспечивая их неподходящей работой. В середине 80-х годов при 10—12 млн. безработице в Соеди-

ненных Штатах Америки вакантными оставались около 9—10 млн рабочих мест

Парадокс?

Ничего подобного — типичная картина И эмиграция в США со всего света, включая нынче и Советский Союз, стала возможной именно по этой причине

Основой утечки умов, как и утечки рабочих рук, является наличие в этой стране значительного числа свободных рабочих мест Будь в США командно-админист ративная система, они, думается, враз покончили бы с безработицей — прикрепили бы «тунеядцев» к рабочим местам, обязав их трудиться под страхом привлечения к суду, и дело с концом

Ан нет Это, выясняется, не нужно ни государству ни самим американцам

Любая монополия препятствует предпринимательской деятельности Значит, монополия должна исчезнуть, даже если это монополия государства и она на правлена, казалось бы, на благородное дело — обеспе чение граждан работой

Арбитражные функции государства, его стремление поддерживать правила игры можно легко обнаружить, обратившись также и к сфере отношений между пред принимателями-бизнесменами. Надо сказать, что современная конкуренция в странах с рыночной экономикой — это в значительной степени регулируемая конкуренция

Подчеркнем, что стремление государства проникнуть в сферу конкурентного взаимодействия предпринима телей существует ровно столько, сколько существуют сами элементы рыночной экономики.

Регулирование торговли было предусмотрено в Рим ском праве, предписания в области ведения бизнеса можно обнаружить в древнеегипетских папирусах и даже в шумерских табличках. Интересную информацию можно получить из законодательных актов и иных нормативных документов, принимавшихся в средние века, когда рыночные формы существовали действительно в виде разрозненных, локальных, обособленных элементов хозяйственной жизни, между тем как основой экономики являлось натуральное хозяйство.

Типичным для средневекового регулирования предпринимательских отношений было стремление к сохранению, поддержанию и воспроизведению так называе-

мого духа монополии. Это относится не только к феодальным и рабовладельческим формам экономической жизни, ибо здесь монополия — одна из важнейших черт хозяйствования.

«Дух» монополии воспроизводился и в ремесленно-цеховых формах хозяйствования, которые на первый взгляд выражали рыночную тенденцию в развитии экономики.

Городское ремесло средневековья развивалось в узких рамках натурального хозяйства. Именно в этих рамках цехи и пытались изыскать возможности эффективного хозяйствования. Этими рамками определялся и характер регламентации производства и коммерции. «Дух» монополии, а также «дух» корпоративной исключительности, братской солидарности лишь выражал эту экономическую необходимость.

К примеру, регламентация торговых сделок низводила их, как правило, до уровня полураспределения-полуобмена. Широко практиковались, скажем, оплата расходов, вознаграждавших услуги мерильщиков, покупателями продукции, прикрепление ремесленников к вполне определенным поставщикам, существенные ограничения на разносную торговлю.

Цехи упорно боролись с маклерством, скупкой сырья и продовольствия для перепродажи по более высоким ценам. Были установлены многообразные запреты, ограничивающие деятельность посредников обмена, т. е. весовщиков, мерильщиков, маклеров, что низводило их до положения людей, выполнявших лишь технические и свидетельские функции, необходимые для осуществления меновых сделок. Цехи проводили ограничительную политику по отношению к посторонним, стремившимся проникнуть в цеховую общину и тем самым ставившим под сомнение цеховую монополию на производство.

Экономической основой таких правил игры было стремление цеховых мастеров поделить между собой ограниченные возможности локального рынка, функционировавшего среди безбрежного моря натурального хозяйства. Борьба шла как с внутренней, так и с внешней по отношению к цехам конкуренцией.

Обо всем этом стоит вспомнить потому, что подобные правила игры долгие десятилетия поддерживались и в советской экономике — «дух» цеховой монополии

вполне может быть сравним с «духом» ведомственной монополии времен «развитого социализма».

Становление рыночной экономики потребовало радикального переосмысления характера и направленности регламентации отношений между субъектами предпринимательства. Основным принципом новых правил игры стало развитие добросовестной и эффективной конкуренции в сочетании с противодействием монополистическим проявлениям и недобросовестным методам конкуренции.

Важно подчеркнуть, что без установления правил игры на рынке, которые бы закрепляли нормы поведения предпринимателей, приемлемые для государства, к полноценной рыночной экономике не перейдем и мы.

Правила игры должны включать в себя разнообразные регламентации государства в области цен, налогов, тарифов, процентов за кредиты, государственных заказов, ценных бумаг, имущественных прав и ответственности, а также меры непосредственного административного противостояния монополистическим проявлениям и содействия добросовестной конкуренции.

Более ста лет назад в США был принят первый антитрестовский закон — «Закон, направленный на защиту торговли и промышленности от незаконных ограничений и монополий» (известен как «Закон Шермана»).

В 1914 г. он был дополнен Законом о федеральной торговой Комиссии США и «Законом, дополняющим существующие законы против неправомерных ограничений и монополий, а также преследующий иные цели» (известен как «Закон Клейтона»).

От этих нормативных актов берет начало развитие антимонопольного законодательства на Западе, хотя отдельные антимонопольные регламентации содержались в актах многих стран и ранее, включая знаменитый «Гражданский кодекс» Наполеона.

В Приложении мы публикуем, кстати впервые, полный русский перевод «Закон Шермана». Делаем это не случайно, не только в знак внимания к историческому прецеденту. Основные положения «Закона Шермана» определяют содержание антимонопольного законодательства в различных государствах, включая и нашу страну.

В настоящее время законодательная регламентация монополии и конкуренции проводится во всех странах с

рыночной экономикой. Аналогичное законодательство существует и в нашей стране.

Зачем нужно такое законодательство?

Прежде всего для того, чтобы отечественные предприниматели могли быть уверены: законный бизнес приемлем для общества, находится под его охраной, иной же, теневой, монополистический, неприемлем, занятие им чревато серьезными последствиями, вплоть до административного и уголовного преследования.

Да, именно так. Конкуренция в странах с рыночной экономикой давным-давно перестала быть «войной всех против всех», при которой все средства хороши и все орудия способны поразить насмерть.

Законодательства и экономическая политика этих государств нацелены на стимулирование добросовестной конкуренции и на противодействие недобросовестной.

Критерием выделения недобросовестной и добросовестной конкуренции является конечный потребительский эффект производственной и коммерческой деятельности конкурирующих предпринимателей. Недобросовестная конкуренция базируется на разнообразных методах обмана, мошенничества в отношении потребителей продукции, а также тех конкурирующих предпринимателей, которые в результате такого рода действий лишаются возможности приносить пользу потребителям либо эти возможности существенно уменьшаются.

К числу недобросовестных методов конкуренции надо отнести такие действия, как, например, самовольное использование чужого товарного знака, фирменного наименования и маркировки товаров, самовольное копирование формы, упаковки, внешнего оформления товаров других предпринимательских фирм.

Немаловажное значение в противодействии недобросовестной конкуренции должен играть, кроме того, запрет на распространение ложных сведений о конкурентах либо распространение точных сведений о них, но таких, которые могли бы нанести ущерб репутации в кредитоспособности конкурентов.

Возможно, читателю покажется странным, что перечисленные методы конкуренции подлежат запрету. Ведь в жизни мы все не так уж редко сталкиваемся с ними, даже если принять во внимание ограниченность сферы бизнеса в нашей стране.

Действительно, никому не приходило в голову усмат-

ривать преступный умысел, скажем, в дублировании названия «Березка» — так назывались у нас магазины, торговавшие на валюту, а кроме того, магазины, специализирующиеся на продаже ювелирных изделий. А в каком количестве вариантов используются наименования «Горизонт», «Рубин» (есть, к примеру, телевизор «Рубин», часы «Рубин», вино «Рубин», не говоря уже о драгоценном камне).

Конечно, все эти и многие другие наименования в прошлом никак не были связаны с независимыми предпринимательскими фирмами, имевшими право на исключительное использование того или другого наименования. Они рождались, как правило, по методу стереотипного выбора не слишком склонных к фантазии чиновников.

Между тем в странах с рыночной экономикой наличие одинаковых наименований различных товаров или же различных фирм (не говоря об одинаковых названиях аналогичных товаров) может привести к судебному разбирательству. И дело не только в том, что наименование товара служит дополнительной его рекламой.

В экономике, ориентированной на потребителя, принято уважать не только запросы потребителя, но также и его предрассудки. И любому предпринимателю прекрасно известно, что неприятие потребителем товара с определенным названием ведет, как правило, к неприятию им любого другого товара с таким же названием либо наоборот.

В целях избежания возможных коллизий заимствование фирменных марок и наименований признается методом недобросовестной конкуренции. Заметим здесь, что, имей мы законодательную регламентацию отношений в сфере использования наименований и марок, конфронтация между двумя советскими газетами в конце 1990 г. с одинаковым названием «Гласность», но разительно различающимися между собой по содержанию (одна из них — орган неформальной, бывшей диссидентской группы, а вторая была учреждена ЦК КПСС), завершилась бы в суде.

Недобросовестной конкуренцией является также и распространение ложной или недоброжелательной (тенденциозной, односторонней) информации о конкурентах — явление, кстати, весьма распространенное у нас на «черном» рынке и даже на колхозном.

В качестве недобросовестных методов конкуренции принято рассматривать некорректное сравнение товаров в процессе рекламной деятельности, оказание влияния на хозяйственные решения конкурента в целях получения преимущества над ним (включая рэкет, шантаж), приобретение коммерческой тайны конкурента без его согласия, а также самовольное использование или разглашение конфиденциальной информации.

Нельзя вести конкуренцию и обманывать покупателей относительно потребительских свойств, качества способа и места изготовления реализуемых товаров.

Учитывая международный опыт регламентации конкурентных отношений, было признано целесообразным определить указанные методы конкуренции и меры ответственности за их осуществление в специальном законодательном акте «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». В том же законодательном акте определены и иные правила игры, ставящие барьеры монополистической практике.

Свобода предпринимательства несовместима с монополией — эта истина выстрадана многими десятилетиями развития рыночной экономики. Монополистическая практика присуща разным уровням хозяйствования. Есть смысл разграничивать государственную монополистическую практику, ведомственную монополистическую практику и монополистическую практику предпринимательских фирм.

Государственная монополистическая практика являлась в нашей стране основой командно-административной системы хозяйствования. Не одно поколение советских людей выросло в условиях директивного народнохозяйственного планирования, системы государственного ценообразования, государственного кредитования, а также монополии внешней торговли.

Все эти и другие аналогичные элементы директивного государственного вмешательства в экономическую жизнь неизменно трактовались как признаки подлинного социалистического общества, благодаря которым народ одерживает одну экономическую победу за другой.

Между тем директивные полномочия государства в сфере экономики — не более чем выражение чистого государственного монополизма и являются формами государственной монополистической практики. В странах

с рыночной экономикой такие формы никогда не применялись в широком масштабе, за исключением периодов военного противостояния государств.

Вот почему антимонопольное законодательство в указанных странах, как правило, не реагирует на такого рода действия, ибо экономические законы отражают в них экономические реалии, а государственная монополистическая практика не входит в число таких реалий

Однако государственная монополистическая практика является реальностью в нашей стране, и без преодоления ее полноценной системы бизнеса нам никогда не создать. Следовательно, методы государственной монополистической практики должны быть преодолены прежде всего на основе законодательной регламентации хозяйственной жизни.

Речь идет не о некоем разгосударствлении, а всего лишь (но это «всего лишь» очень существенно!) о лишении государства монополистических полномочий в сфере производства и реализации продукции.

Государство не может взять на себя роль арбитра, регулируя взаимные отношения предпринимательских фирм и разбирая их взаимные претензии, непосредственно командуя в то же самое время производством и реализацией продукции.

Здесь возможна лишь альтернатива — либо государство беспристрастно по отношению к предпринимателям и следит лишь за тем, чтобы те не нарушили закон, либо, напротив, оно пристрастно, отдавая приоритет тем участникам производства и торговли, каких считает нужными. А считает оно, как правило, целесообразным предоставлять приоритет малоэффективным и убыточным предприятиям, стимулируя их жизнедеятельность за счет перераспределения средств, изъятых у рентабельных предприятий.

Такая практика во всяком случае сохранена в текущем году Указом Президента СССР «О создании в 1991 году внебюджетных фондов стабилизации экономики». Как сказано в этом документе, «...для поддержки предприятий, испытывающих в период перехода к рыночным отношениям затруднения по не зависящим от них причинам».

Чтобы лишить государство искушения вновь и вновь прибегать к методам монополистической практики для решения экономических проблем, незаконными должны

быть признаны следующие методы государственного монополизма:

национализация рентабельных предпринимательских фирм;

принудительное навязывание фирмам (за исключением ведомственных госпредприятий) государственных заданий и заказов, директивное распределение товаров и принудительное навязывание партнеров по хозяйственным связям;

директивное планирование производства и продажи товаров;

директивное установление цен на товары, производящиеся фирмами, которые базируются на негосударственном капитале, наложение запретов на торговлю (кроме торговли товарами, производство и сбыт которых запрещены законом).

Незаконными должны быть признаны и любые формы ведомственной монополистической практики, а также создание ведомств для монополизации производства и торговли каким-либо товаром, ведь ведомственная монополистическая практика столь же пагубна для бизнеса, что и государственная.

И наконец, закон должен быть строг по отношению и к предпринимательским фирмам, допускающим приемы монополистической практики.

Какие приемы имеются в виду?

Некоторые из них уже хорошо известны в нашей стране, некоторые получат определенное распространение при переходе к рыночной экономике.

Хорошо известна многим покупателям такая форма монополистической практики, как навязывание принудительного ассортимента в качестве условия реализации товара. Возможно, что в данном случае граждане и не осознают, что имеют дело с классическим примером проявления монополистического диктата, но это так.

К числу приемов монополистической практики предпринимательских фирм нужно отнести и предварительный сговор об искусственном повышении, понижении или поддержании цен. Возможен и предварительный сговор между предпринимателями об отказе вести дела с потенциальными партнерами, включая отказ от поставок продукции потенциальным потребителям. Перечисленные формы сговора, как правило, объявляются не-

законными по антимонопольному законодательству западных стран.

Антимонопольные законы в странах с рыночной экономикой нацелены прежде всего именно на противодействия монополизации экономики. Под абсолютной монополизацией понимается обычно захват одной из предпринимательских фирм слишком значительной доли рынка.

Данная доля в различных государствах имеет различное значение, но, как правило, размеры ее превышают 50% реализации одноименного товара. К примеру, в США монополизацией рынка какого-либо товара считается рыночная доля, превышающая 60%.

Противодействие монополизации экономики составляет один из наиболее действенных компонентов государственной экономической политики в странах с рыночной экономикой, но антимонопольные меры осуществляются не в качестве самоцели. Они выступают как средство стимулирования предпринимательской активности. Именно ради этого и применяются весьма жесткие меры ответственности за действия, направленные на монополизацию экономики.

В США, к примеру, осуществление таких действий влечет за собой уголовную и гражданскую ответственность: штраф до 100 тыс. долл. с должностного лица, тюремное заключение до 3 лет или штраф до 1 млн. долл. с корпорации. Суд может обязать ответчика возместить истцам понесенные ими убытки в тройном размере. А по отдельным делам компенсации потерпевшим достигают десятков и даже сотен миллионов долларов.

Антимонопольное законодательство необходимо прежде всего для предотвращения абсолютной монополизации экономики. Вместе с тем немаловажное значение имеют и иные регулирующие меры государства в области ценовой, финансовой, кредитной, налоговой политики при размещении государственных заказов, создании особых зон предпринимательства.

Тем не менее нельзя и преуменьшать значения законодательного регламентирования отношений между конкурирующими предпринимателями при обосновании правил игры в системе бизнеса.

ЗАКОН, НАПРАВЛЕННЫЙ НА ЗАЩИТУ ТОРГОВЛИ И ПРОМЫШЛЕННОСТИ ОТ НЕЗАКОННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ И МОНОПОЛИЙ («ЗАКОН ШЕРМАНА»). ПРИНЯТ КОНГРЕССОМ США 2 ИЮЛЯ 1890 г.

Статья 1. Всякий договор, объединение в виде треста или в иной форме, а также сговор с целью ограничения промышленности либо торговли с различными штатами или с иностранными государствами настоящим объявляются незаконными.

Каждое лицо, заключающее такой договор либо участвующее в таком объединении и сговоре, предполагается виновным в совершении правонарушения и, будучи осужденным, карается штрафом, не превышающим 5000 долларов, или тюремным заключением на срок не более 1 года, или тем и другим по усмотрению суда.

Статья 2. Всякое лицо, монополизирующее или пытающееся монополизировать, либо вступающее в союз или сговор с любым другим лицом или лицами с целью монополизировать любую часть промышленности или торговли между различными штатами, либо с иностранными государствами, предполагается виновным в правонарушении и, будучи осужденным вследствие этого, карается штрафом, не превышающим 5000 долларов, или тюремным заключением на срок не более 1 года, или тем и другим по усмотрению суда.

Статья 3. Всякий договор, объединение в виде треста или в другой форме, либо сговор с целью ограничения промышленности или торговли на любой территории Соединенных Штатов или округа Колумбия, или же с целью ограничения промышленности или торговли между любой такой территорией и всякой другой, или между указанной территорией либо территориями и любым штатом, а равно округом Колумбия, или иностранными государствами, а также между округом Колумбия и любым штатом либо штатами или иностранными государствами, настоящим объявляется незаконным.

Любое лицо, заключающее подобный договор, или вступающее в подобное соглашение или сговор, признается виновным в правонарушении и, будучи вследствие того осужденным, карается штрафом, не превыша-

ющим 5000 долларов, или тюремным заключением на срок, не превышающий 1 года, либо тем и другим по усмотрению суда.

Статья 4. Каждый окружной суд Соединенных Штатов наделяется юрисдикцией с целью предупреждения и предотвращения нарушений данного закона. Обязанностью каждого окружного прокурора Соединенных Штатов в их округах является возбуждение под руководством генерального прокурора судебного преследования по праву справедливости с целью предотвращения подобных нарушений. Такое судебное преследование может быть осуществлено посредством петиции, возбуждающей слушание и предусматривающей запрещение данного нарушения.

Как только стороны, привлеченные в соответствии с петицией, будут должным образом оповещены о том, суд обязан немедленно приступить к слушанию и вынесению решения. В продолжение слушания дела до вынесения окончательного решения суд вправе в любое время вынести постановление о временном помещении в тюрьму или наложить запрет согласно исковому заявлению.

Статья 5. Когда бы ни случилось судебное расследование, в соответствии со статьей 4 настоящего закона интересы справедливости требуют, чтобы другая сторона также предстала перед судом. Суд может принять решение о ее приглашении независимо от того, находится ли это лицо в округе, где происходит слушание дела, или нет. Повестка в суд для этой цели может быть вручена судебным исполнителем в любом округе.

Статья 6. Любое имущество, право на которое связано с договором или объединением или сговором, упомянутым в статье 1 настоящего закона, и находящееся в пути из одного штата в другой либо в иностранное государство, должно быть конфисковано в доход Соединенных Штатов и должно быть удержано посредством процедуры, предусмотренной законом о конфискации имущества, незаконно импортируемого в Соединенные Штаты.

Статья 7 Любое лицо, потерпевшее ущерб в своем деле или имуществе в результате действий другого лица или корпорации, запрещенных или объявленных незаконными в соответствии с настоящим законом, вправе, безотносительно суммы иска, предъявить иск в суде

того округа, где проживает или обнаружен ответчик, и вправе требовать возмещения тройной суммы понесенного им убытка, а также судебных издержек, включая разумное вознаграждение адвоката.

Статья 8. Установлено, что слова «лицо» или «лица», употребляемые в настоящем законе, должны быть отнесены также к корпорациям и ассоциациям, существующим или разрешенным в соответствии с законами Соединенных Штатов, а равно законами любой территории, законами любого штата, законами любого иностранного государства.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Создание новой предпринимательской фирмы начинается с подготовки пакета учредительных документов. Ниже публикуются варианты такого рода документов, подготовленные Государственной комиссией Совета Министров СССР по экономической реформе совместно с Министерством финансов СССР и Министерством юстиции СССР

Утвержден
собранием участников
«___» __________ 199 г

Зарегистрирован решением
исполкома _____________
Совета народных депутатов ______________________
город, область

Регистрационный № _________

УСТАВ ОБЩЕСТВА С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

____
название

1. Общество ____________________ создается как общество с ограниченной ответственностью (в дальнейшем именуется общество)

2. Участниками общества (в дальнейшем именуемыми участниками) являются: ______________________

____

3. Местонахождение общества ________________________
юридический адрес

4. Общество создается для ________________________

____

5. Для обеспечения деятельности общества за счет вкладов участников образуется уставный фонд в размере ________________ рублей.
не менее 50 000

В образовании уставного фонда участвуют ________

____
участники, их доля в уставном фонде

6. Общество приобретает права юридического лица с момента его регистрации исполкомом ____________ районного (городского, районного в городе) Совета народных депутатов ________________________
город, область, край

Общество вправе от своего имени заключать договоры, приобретать имущественные права и нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде, арбитраже и третейском суде. Общество имеет печать и бланки со своим наименованием.

Общество руководствуется в своей деятельности действующим законодательством Союза ССР и республик, учредительным договором и настоящим уставом.

7. Участники не отвечают по обязательствам общества, а общество не отвечает по обязательствам участников.

Участники несут убытки в пределах их вкладов. Участники, не полностью внесшие вклады, отвечают по обязательствам общества не внесенной частью вклада в случае ________________________________

8. Общество может создавать дочерние предприятия, филиалы и представительства. Филиалы и представительства общества действуют от его имени на основании положений о них, утверждаемых обществом, а дочерние предприятия — на основании утверждаемых обществом уставов.

9. Чистая прибыль общества, образуемая в соответствии с установленным порядком, после уплаты нало-

гов, предусмотренных законодательством, подлежит распределению между участниками по итогам работы за год ______________________________
пропорционально долям участников
____
в уставном фонде общества или иным способом,
____
предусмотренным учредительным договором

10. Общество создает резервный фонд в размере ______________________________ рублей.
не менее 10% уставного фонда

Резервный фонд формируется за счет отчислений от чистой прибыли до достижения фондом указанного размера. Размер ежегодных отчислений в резервный фонд составляет ______________________________
не менее 5% чистой прибыли общества

11. Высшим органом управления общества является собрание участников. Оно состоит из участников или их представителей. В высший орган общества входят ______ ________ представителя трудового коллектива общества.

Представители участников назначаются ими ________ ______________________________
постоянно или на определенный срок

Участник вправе в любое время заменить своего представителя в собрании участников, поставив в известность других участников.

Участник вправе передать свои полномочия в собрании другому участнику или представителю другого участника общества.

Участники обладают количеством голосов, пропорциональным размеру их долей в уставном фонде.

В случаях, когда решением собрания участников могут быть непосредственно затронуты интересы лишь одного или нескольких участников, в частности, при рассмотрении вопроса об исключении участника из общества, эти участники или их представители в голосовании не участвуют.

Собрание участников избирает своего председателя (по решению участников может быть предусмотрена первоочередность председательствования участников или представителей участников в алфавитном порядке)

12. К исключительной компетенции собрания участников относятся:

а) определение основных направлений деятельности общества, утверждение его планов и отчетов об их выполнении;

б) изменение устава;

в) избрание и отзыв членов исполнительного органа и ревизионной комиссии;

г) утверждение годовых результатов деятельности общества, включая его филиалы, утверждение отчетов и заключений ревизионной комиссии, порядка распределения прибыли, определение порядка покрытия убытков;

д) создание, реорганизация и ликвидация дочерних предприятий, филиалов и представительств, утверждение положений (уставов) о них;

е) вынесение решений о привлечении к имущественной ответственности должностных лиц общества;

ж) утверждение правил процедуры и других внутренних документов общества, определение организационной структуры общества;

з) определение условий оплаты труда должностных лиц общества, его филиалов и представительств;

и) утверждение договоров, заключенных на сумму свыше________рублей;

к) принятие решения о прекращении деятельности общества, назначение ликвидационной комиссии, утверждение ликвидационного баланса;

л) установление размера, формы и порядка внесения участниками дополнительных взносов;

м) решение вопроса о приобретении обществом доли участников;

н) исключение участников из общества.

Единогласие в высшем органе необходимо при решении вопросов, перечисленных в подпунктах «а», «б», «н» настоящего пункта. По всем остальным вопросам решения принимаются простым большинством голосов.

13. Собрание участников общества, как правило, решает вопросы на своих заседаниях. В случаях ___________

указываются конкретные случаи либо дается ссылка к правилам процедуры

допускается принятие решения опросом. В этом случае проект решения рассылается участникам, которые должны письменно сообщить о своей позиции. В течение 10 дней с момента получения информации от последнего из них все они должны быть уведомлены председателем о принятом решении. Решение опросом считается принятым при отсутствии возражения хотя бы одного участника.

Собрание участников считается правомочным, если на нем присутствуют участники (представители участников), обладающие в совокупности более чем 60% голосов, а по вопросам, требующим единогласия, все участники.

Любой из участников вправе требовать рассмотрения вопроса на собрании участников при условии, что был поставлен им не позднее чем за 25 дней до начала собрания.

Председатель собрания участников общества организует ведение протокола. Книга протокола должна быть в любое время представлена участникам. По их требованию должны выдаваться удостоверенные выписки из книги протокола.

14. Собрание участников созывается не реже ______
двух раз в год

Внеочередные собрания участников созываются председателем, если этого требуют интересы общества в целом ______________________________
указываются конкретные обстоятельства, о которых договорились участники

Собрание участников должно быть созвано также по требованию исполнительного органа или ревизионной комиссии.

Участники общества, обладающие в совокупности более чем 20% голосов, вправе требовать созыва внеочередного собрания участников в любое время и по любому поводу. Если в течение 20 дней председатель не выполнил указанное требование, они вправе созвать собрание участников.

Собрание участников не вправе принимать решения по вопросам, не включенным в повестку дня. Повестка дня рассылается не менее чем за 20 дней до начала собрания.

15. В обществе создается исполнительный орган: коллегиальный (дирекция) или единоличный (директор), осуществляющий текущее руководство деятельностью общества. Дирекцию возглавляет генеральный директор.

Дирекция (директор) решает все вопросы деятельности общества, кроме тех, которые входят в исключительную компетенцию собрания участников. Собрание участников может вынести решение о передаче части принадлежащих ему прав в компетенцию дирекции (директора)

Дирекция (директор) подотчетна собранию участников и организует выполнение его решений. Она не вправе принимать решения, обязательные для участников общества

Директор вправе без доверенности осуществлять действия от имени общества. По договоренности участников в уставе может быть предусмотрено наделение этим правом других членов дирекции.

Директор не может быть одновременно председателем собрания участников общества.

16. Контроль за деятельностью дирекции (директора) общества осуществляется ревизионной комиссией, создаваемой собранием участников общества из их числа и представителей трудового коллектива в количестве ________ человек Члены дирекции (директор) не могут быть членами ревизионной комиссии.

Проверка деятельности дирекции (директора) производится ревизионной комиссией по поручению собрания участников, по собственной инициативе либо по требованию участников. Ревизионная комиссия вправе требовать от должностных лиц общества предоставления ей всех необходимых материалов, бухгалтерских или иных документов и личных объяснений.

Ревизионная комиссия направляет результаты проведенных ею проверок собранию участников общества.

Ревизионная комиссия составляет заключение по годовым отчетам и балансам. Без заключения ревизионной комиссии собрание участников общества не вправе утверждать баланс

Ревизионная комиссия обязана потребовать внеочередного созыва собрания участников, если возникла угроза существенным интересам общества или выявления злоупотребления должностных лиц общества

17. Участники общества имеют право:

участвовать в управлении делами общества;

получать часть прибыли от деятельности общества;

получать полную информацию о деятельности общества, знакомиться с данными бухгалтерского учета, отчетности и другой документацией ____________________
могут быть названы и другие права

Участники имеют преимущественное право на получение продукции (работ, услуг), производимой обществом.

18. Участники общества обязаны:

вносить вклады в порядке и размерах, предусмотренных учредительным договором и настоящим уставом;

не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности общества;

вносить дополнительные взносы в размере, способом и в порядке, предусмотренными решениями собрания;

соблюдать положения учредительных документов;

исполнять принятые на себя в установленном порядке обязательства по отношению к обществу;

оказывать обществу содействие в осуществлении им своей деятельности;

____
могут быть указаны и другие

____
обязанности

19. Участник общества может с согласия остальных участников уступить свою долю (часть доли) одному или нескольким участникам. По договоренности участников доля может быть уступлена участником третьим лицам. Участники общества пользуются преимущественным правом приобретения доли (части доли) уступающего участника ____________________________
пропорционально их долям в

____
уставном фонде общества или в ином

____
размере, о котором договорились участники

Передача доли (части доли) третьим лицам возмож-

на только после полного внесения вклада выбывающим участником.

При передаче доли (части доли) третьему лицу происходит одновременный переход к нему соответствующих прав и обязанностей, принадлежащих участнику, уступающему ее полностью или частично.

Доля участника после полного внесения им вклада может быть приобретена самим обществом. В этом случае оно обязано реализовать ее другим участникам или третьим лицам в срок не более одного года. В течение этого периода распределение прибыли, а также голосование и определение кворума в высшем органе производятся без учета приобретенной обществом доли.

20. Участник общества, систематически не выполняющий или ненадлежащим образом исполняющий обязанности, либо препятствующий своими действиями достижению целей общества, может быть исключен из общества на основе единогласно принятого решения собрания участников общества. При этом участник (его представитель) в голосовании не участвует.

21. Участник общества вправе обращаться в государственный арбитраж либо в суд с заявлением о признании недействительным решения собрания участников, вынесенного в нарушении закона или учредительных документов, при условии, что такое решение принято в отсутствие участника (его представителя), либо он или его представитель остался при вынесении решения в меньшинстве, либо был намеренно введен в заблуждение относительно существа решения.

22. Деятельность общества прекращается:

а) по решению собрания участников;

б) по другим основаниям, предусмотренным законодательством Союза ССР и республик;

в) ______________________________
могут быть указаны другие обоснования,

____
о которых договорились участники

23. Прекращение деятельности общества происходит путем реорганизации (слияния, присоединения, разделения, выделения, преобразования) или ликвидации.

Ликвидация общества производится назначенной им ликвидационной комиссией, а в случае прекращения дея-

тельности общества по решению государственного арбитража или суда — ликвидационной комиссией, назначаемой этими органами.

С момента назначения ликвидационной комиссии к ней переходят полномочия по управлению делами общества. Ликвидационная комиссия оценивает наличное имущество общества, выявляет его дебиторов и кредиторов и рассчитывается с ними, принимая меры к оплате долгов общества третьим лицам, а также его участникам, составляет ликвидационный баланс и представляет его собранию участников.

24. Имеющиеся у общества денежные средства, включая выручку от распродажи его имущества при ликвидации, после расчетов с бюджетом, по оплате труда работников общества, с кредиторами и выполнения обязательств перед держателями облигаций, выпущенных обществом, распределяются ликвидационной комиссией между участниками

____

пропорционально их долям в уставном фонде или в ином порядке,

____

о котором договорились участники

Имущество, переданное обществу участником в пользование, возвращается в натуральной форме без вознаграждения.

25. Ликвидация считается завершенной, а общество прекратившим свою деятельность с момента внесения записи об этом в реестр государственной регистрации.

Ликвидационная комиссия несет имущественную ответственность за ущерб, причиненный ею обществу, его участникам, а также третьим лицам в соответствии с гражданским законодательством.

ПРИМЕРНЫЙ УЧРЕДИТЕЛЬНЫЙ ДОГОВОР О СОЗДАНИИ ОБЩЕСТВА С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

____
наименование общества

______________________ «____» __________ 199 г.
населенный пункт

____
наименование организации

в лице ______________________________, действующего на
должность, Ф. И. О.

основании ______________________________ и граждане

____
Ф. И. О., место жительства, номер и серия паспорта

договорились о нижеследующем:

1. Стороны согласились создать общество с ограниченной ответственностью «___» ____________, именуемое в дальнейшем «общество», для ________________
предмет деятельности

Местонахождение общества ____________________
юридический адрес

2. Общество создается в целях ____________________

____

3. Общество приобретает права юридического лица с момента его регистрации исполкомом ______________ районного (городского, районного в городе) Совета народных депутатов

____
город, область, край

4. Имущество общества образуется из долевых взносов его участников (уставный фонд), продукции, произведенной обществом в результате хозяйственной деятельности, полученных доходов, а также иного имущества, приобретенного им по другим основаниям, допускаемым законодательством.

5. Для обеспечения деятельности общества за счет

вкладов участников образуется уставный фонд в размере ________________ рублей.
не менее 50 000

В образовании уставного фонда участвуют:

____
участники, размер их долей в уставном фонде,

____
вклады — деньгами, имуществом, правом пользования имуществом

____
и т. д., сроки и порядок внесения вкладов

При этом денежные средства вносятся на расчетный счет № __________ участника

____
(денежные средства могут вноситься на расчетный счет

____
любого участника с согласия остальных участников)

Банковское учреждение выдает учредителям соответствующие документы, подтверждающие внесение средств.

В десятидневный срок после регистрации общества эти средства перечисляются на расчетный счет общества. В случае несвоевременного перечисления участник, держащий указанные средства на расчетном счете, уплачивает обществу пеню в размере ________ процентов за каждый день просрочки, но не более ________ процентов всей суммы, подлежащей перечислению.

В том случае, если были переданы имущество или документы об имущественных правах (в счет вкладов), то эти ценности и документы передаются в тот же срок обществу.

6. К моменту регистрации общества каждый из участников обязан внести не менее 30% указанного вклада. Частичное внесение вклада подтверждается соответствующими документами, выданными банковским учреждением.

Участник должен полностью внести свой вклад не позднее года после регистрации общества. В случае неуплаты в установленный срок участник уплачивает за

время просрочки 10% годовых с недовнесенной суммы.

Участнику общества, полностью внесшему свой вклад, выдается свидетельство, которое не является ценной бумагой.

Оценка материальных ценностей, вносимых участниками в счет вкладов ______________________
указывается порядок оценки, о котором

____
договорились участники

7. Участники общества имеют право:

участвовать в управлении делами общества;

получать часть прибыли от деятельности общества;

получать полную информацию о деятельности общества, знакомиться с данными бухгалтерского учета, отчетности и другой документацией ______________________
могут быть указаны и другие права

Участники имеют преимущественное право на получение продукции (работ, услуг), производимой обществом.

8. Участники общества обязаны:

вносить вклады в порядке и размерах, предусмотренных настоящим договором и уставом общества;

не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности общества;

вносить дополнительные взносы в размере, способом и в порядке, предусмотренными решениями собрания;

соблюдать положения учредительных документов;

исполнять принятые на себя в установленном порядке обязательства по отношению к обществу;

оказывать обществу содействие в осуществлении им своей деятельности ______________________
могут быть указаны и другие обязанности

9. Убытки общества возмещаются за счет резервного фонда, а в случаях, если средств резервного фонда не хватает, за счет иных средств, имеющихся в обществе, а при недостатке этих средств за счет реализации имущества общества или дополнительных взносов.

10. Чистая прибыль общества, образуемая в соответствии с установленным порядком после уплаты налогов,

предусмотренных законодательством, подлежит распределению между участниками по итогам работы за год

____
пропорционально долям участников

____
в уставном фонде общества или иным способом,

____
о котором договорились участники общества

11. Общество создает резервный фонд в размере

____
не менее 15%

процентов уставного фонда. Резервный фонд формируется за счет отчислений от прибыли до достижения фондом указанного размера. Размер ежегодных отчислений в резервный фонд составляет ________ процентов чистой
не менее 15%
прибыли общества.

12. Высшим органом управления общества является собрание участников. Оно состоит из участников или их представителей. В высший орган общества входят _____ представители трудового коллектива общества. Представители участников общества назначаются ими ______

____
постоянно или на определенный срок

13. Участники обладают количеством голосов

____
пропорционально размеру их долей в уставном фонде
или иным способом, о котором договорились участники

14. Деятельность общества прекращается:

а) по решению собрания участников;

б) по другим основаниям, предусмотренным законодательством Союза ССР и союзных республик;

в) ______________________________________
могут быть указаны другие основания, о которых
договорились участники

15. Настоящий договор вступает в силу с даты его подписания участниками или уполномоченными представителями участников.

Договор заключается сроком на ______ лет.

16. Настоящий договор составлен в ____ экземплярах, по одному на каждого участника и один экземпляр передается в исполнительный орган общества.

Участники:

______________________	______________________ подпись
______________________	______________________ подпись
______________________	______________________ подпись
______________________	______________________ подпись

Научно-популярная серия

Юрий Борисович РУБИН

БИЗНЕС И ЭКОНОМИКА

ИБ № 11696

Редактор *Г. С. Герасимова*
Мл. редактор *Е. М. Авешникова*
Худож. редактор *М. А. Бабичева*
Техн. редактор *А. М. Красавина*
Корректор *В. И. Гуляева*

Сдано в набор 15.04.91 Подписано к печати 30.05.91 Формат бумаги 84×108 1/32. Бумага тип. № 2. Гарнитура литературная. Печать высокая. Усл. печ. л. 3,36. Усл. кр.-отт. 3,68. Уч.-изд. л. 3,35. Тираж 46 918 экз. Заказ 564. Цена 25 коп. Издательство «Знание» 101835, ГСП, Москва, Центр, проезд Серова, д. 4. Индекс заказа 913007.
Типография Всесоюзного общества «Знание» Москва, Центр, Новая пл., д. 3/4

УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ!

В издательстве «ПРОГРЕСС» во второй половине текущего и в начале будущего года будут выпущены, в частности, следующие книги.

Хойер В. **КАК ДЕЛАТЬ БИЗНЕС В ЕВРОПЕ.** Перевод с немецкого.

Это учебное пособие видный австрийский бизнесмен написал специально для советских читателей. Здесь приводятся не только специфические особенности экономики главных капиталистических стран, но и действующие в них правовые нормы, налоговые системы, организационные структуры западных фирм, методы изучения рынка, работа с клиентами и т. д.

Картер Г. **ЭФФЕКТИВНАЯ РЕКЛАМА.** Путеводитель для мелких предприятий. Перевод с английского.

Что делать небольшому предприятию, если его финансовые возможности не позволяют поручить ведение рекламной работы специализированному агентству или организовать у себя отдел рекламы? Что руководитель может делать сам, а в чем ему понадобится совет и помощь профессионала? Как экономить «рекламные» деньги, не поступаясь конечным результатом?

На эти и множество других вопросов и отвечает автор этой книги.

Пилдич Дж. **ПУТЬ К ПОКУПАТЕЛЮ.** Перевод с английского.

По мнению автора, основой достижения существенных сдвигов в экономике являются социальные процессы, которые обеспечивают занятость населения, мотивацию работников, повышение жизненного уровня и т. д. Уже перечень заголовков отдельных разделов этой книги позволяет весьма четко представить круг освещаемых вопросов: «Опасный анализ», «Взгляд не в ту сторону», «Не хотите никаких сюрпризов?», «Прислушивайтесь к мнениям клиентов», «Готовность рисковать», «Приветствуйте хаос и творческую атмосферу», «Удвойте сроки обучения», «Помогите им раскрыть свои таланты»

В целом эта книга о том, как преуспевающие фирмы выпускают товары, которые мы с удовольствием покупаем.

Напоминаем, что тиражи книг зависят от ваших заявок, которые можно сделать в любом книжном магазине.

25 коп.

Индекс 70066